



**HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tapahtuman vienti ulkomaille

Sasu Paakkunainen

Kulttuurituotannon ko. (240 op)

Syyskuu 2016

<p>Tekijät</p> <p>Sasu Paakkunainen</p>	<p>Sivumäärä, Liitesivut</p> <p>55,25</p>
<p>Työn nimi</p> <p>Tapahtuman vienti ulkomaille</p>	
<p>Ohjaava opettaja</p> <p>Arto Lindholm</p>	
<p>Työn tilaaja</p> <p>Esteetön taide ja kulttuuri ry</p>	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyö selvittää kulttuuriorganisaation laajentumismahdollisuuksia ulkomaille tapahtumien kautta. Opinnäytetyö on tapaustutkimus ACCAC Festival & Congress -konseptille, jota kehittää Tampereella toimiva Esteetön taide ja kulttuuri ry (Accessible Arts and Culture). Yhdistyksen toiminnan periaate on konkreettisesti auttaa tapahtumia, kulttuuripalvelujen tarjoajia, organisaatioita, teattereita ja yrityksiä parantamaan saavutettavuuttaan ja tavoittamaan uusia yleisöjä sekä osallistujia. Yhdistyksen tavoitteena on parantaa saavutettavuutta kulttuuri- ja tapahtumakentässä ja edistää kaikkien ihmisten tasavertaista osallistumista kulttuurieroihin ja tapahtumiin.</p> <p>Opinnäytetyö selvittää tapahtumaviennin peruskäytäntöjä, vaiheita ja ketjuttamisen toimintamallin rakentamista lähdekirjallisuuteen, tutkimuksen tuomaan ja omakohtaiseen tietoperustaan nojaten. Työn aineistonhankinnassa käytettyjä menetelmiä ovat pilotointi, havainnointi, benchmarking, brainstorming ja ammattilaishaastattelut. Selvityksessä tutkitaan kulttuurin alalla vallitsevia festivaali- ja kongressikäytäntöjä, niiden organisaatiota ja pohditaan, olisivatko nämä keinot sovellettavissa Tilaajan tarpeisiin.</p> <p>Aihe on ajankohtainen kulttuurialan ja liiketoiminnan toimintamallien lähestyessä toisiaan. Perinteisesti Suomessa kulttuurialalla on suosittu toimintamallina yhdistystoimintaa alan tukeutuessa apurahoihin. Tämä on kuitenkin muuttumassa. Opinnäytetyön tulokset yhdistävät kulttuurialan toimintaa ja liiketoiminnan periaatteita.</p> <p>Opinnäytetyön suorana tavoitteena on luoda realistinen suunnitelma Esteetön taide ja kulttuuri ry:n kehittämän Accessible Arts and Culture Festival & Congress -tapahtumakonseptin viemiseksi ulkomaille ja kehittää yhdistystoiminnan kylkeen kannattavaa ja kestävää liiketoimintaa. Välillisesti tavoitteena on kehittää taiteen, taidelähtöisten menetelmien ja hyvinvointiosaamisen vientiä tapahtuman avulla.</p>	
<p>Avainsanat</p> <p>Konseptointi, tapahtumavienti, kulttuuriyrittäjyys</p>	

<p>Author</p> <p>Sasu Paakkunainen</p>	<p>Pages, Pages of appendices</p> <p>55,25</p>
<p>Title</p> <p>Exporting an event abroad</p>	
<p>Supervisor</p> <p>Arto Lindholm</p>	
<p>Subscriber</p> <p>Esteetön taide ja kulttuuri ry</p>	
<p>Abstract</p> <p>This thesis will find out expansion possibilities for the subscriber to get abroad with events. Thesis is a case study for ACCAC Festival & Congress –concept, which is created by a Tampere based non-profit organization Esteetön taide ja kulttuuri ry (Accessible Arts and Culture). Accessible Arts and Culture foundation is in helping events, cultural service providers, organizations, theatres and companies to enhance their accessibility and reach new audiences and participants. The aim is to enhance accessibility in the culture- and event field and promote equal rights for anyone to join cultural activities.</p> <p>Thesis will unravel basic means of event exporting, the steps and models for chaining operations by referring to literature, research and personal experience. I conducted the research through interviews, benchmarking, piloting, observing and brainstorming. I'll explore existing customs in festivals and congresses, their managing organizations and discuss if these would suit my subscribers needs.</p> <p>The topic is relevant as culture and business is getting closer to each other. Traditionally cultural entrepreneurs in Finland has been more towards non-profits, because of the subsidy and funding system. This is changing little by little. The outcome of this thesis will compound operations of the culture industry to the principals of business.</p> <p>My direct goal is to give a realistic plan for Accessible Arts and Culture to export Accessible Arts and Culture Festival & Congress event concept abroad and develop new business models alongside the non-profit operations. Indirect goal is to improve the mobility of art, art-based methods and wellbeing know-how exporting through events.</p>	
<p>Keywords</p> <p>concepting, event, export, entrepreneurship</p>	

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	5
2. AIHEEN RAJAUS JA KÄSITTEET	6
3. TILAAJA JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ	11
3.1. TILAAJA.....	11
3.2. TOIMINTAYMPÄRISTÖ	12
3.4. EMOTAPAHTUMA	15
4. TUTKIMUS	17
4.1. TUTKIMUKSELLISEN KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT	17
6. TUTKIMUSTULOKSET	22
6.1. ORGANISAATIOMALLI	22
6.2. VIENTIVALMIUS JA KONSEPTOINTI	25
6.3. KANSAINVÄLINEN TUNNETTUUS	27
6.4. KUMPPANIN LÖYTÄMINEN	29
6.5. ALOITTAMINEN	31
6.6. RAHOITUS	33
6.7. PAIKALLINEN TUOTANTO	38
6.8. JATKUVUUS	39
6.9. KETJUTTAMINEN	39
7. TOIMENPIDE-EHDOTUKSET	40
7.1. ORGANISAATIOMALLIN MUUTTAMINEN	40
7.2. EMOTAPAHTUMAN KEHITTÄMINEN	42
7.3. TAPAHTUMAN KONSEPTOINTI	43
7.4. KUMPPANIEEN LÖYTÄMINEN	45
7.5. PERUSTOIMINNAN RAHOITUS	46
7.6. AIKATAULU JA TULEVAISUUS	47
8. POHDINTA	49
LÄHTEET	51
LIITTEET	55

1. JOHDANTO

Esteetön taide ja kulttuuri ry (myöhemmin ETKU) tekee tärkeää työtä esteettömyyden eteen suomalaisena toimijana kotimaassa ja maailmalla, jonka toimintaa haluan auttaa laajentumaan, että arvoja ja toimintakulttuuria saadaan vietyä sinne missä tarve on suurin. Rahalliset ja tuotannolliset haasteet ovat usein esteenä merkittävien asioiden tapahtumiselle kulttuurin kentällä ja pyrkin tarjoamaan tilaajalle realistisia ehdotuksia siitä, miten nämä haasteet ratkaistaan.

Esteettömyyden tilanne kehittyvissä maissa on huono. (Mustalahti, 2016) Saavutettavat tapahtumat ovat helposti lähestyttävä ja monipuolinen keino edistää tilaajan tavoitteita. Tilaaja on luonut tarpeen tapahtuman viemiselle kehittämällä Tampereella toimivan saavutettavan tapahtuman Accessible Arts and Culture Festival & Congress (myöhemmin ACCAC). Tapahtuma on sisällöllisesti kansainvälisellä tasolla, mutta tilaajalta kuitenkin puuttuu osaaminen ja keinot tapahtuman viemiseksi onnistuneesti ja liikaa omaa toimintaa rasittamatta. Tapahtuma on herättänyt kansainvälistä kiinnostusta, saanut avainhenkilöitä Suomen emotapahtumaan ja halua viedä tapahtuma Suomen ulkopuolelle. Kulttuuriteollisuudessa kriittisin tekijä tuotteiden markkinoille saamisen kannalta on pääsy jakelutiehen, joten työn pääpaino on tapahtumaviennin ensimmäisissä askelissa. (Niinikoski, Sibelius 2003. 62)

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa ohjeistus ja aikatauluehdotus toiminnan laajentamiselle ja tapahtumien viennin aloittamiseen. Välillisenä tavoitteena on tapahtumaviennin kautta Suomalaisen osaamisen, ja esteettömyyden arvon vieminen, vammaisten osallistumisen helpottaminen, sekä vammaisten oikeuksien parantaminen tapahtuman viemän viestin kautta. Toiminnan laajenemisen tavoitteena on hyödyntää kansainväliset verkostot myös liiketaloudellisesti, luoda uusia työpaikkoja ja toimintamalleja kulttuurin- ja hyvinvoinnin kentälle.

Lisäksi tapahtumaviennin tarkoituksena on edistää soveltavan taiteen menetelmien koulutusvientiä sekä suomalaisen kulttuurin kansainvälistä näkyvyyttä. Näiden epäsuora vaikutus näkyy entistä myönteisempänä Suomi-kuvana maailmalla.

Opinnäytetyön pitkäaikaisena tavoitteena on toimia työkaluna tapahtumaviennistä kiinnostuneille ja auttaa löytämään uusia näkökulmia siihen, miten kulttuurivienti ja liiketoiminta voisivat tukea toisiaan.

2. AIHEEN RAJAUS JA KÄSITTEET

Aiheen rajaus

Tapahtuman vienti on suuri kokonaisuus ja siihen vaikuttavat monet tekijät: tavoite, viennin kohde, toimintamuoto, tapahtuman tuotanto, henkilökunnan pätevyys, avainhenkilöiden verkostot ja niin edelleen. Tämä työ ei anna ohjeistusta tapahtuman sisällön suunnitteluun kansainväliselle tasolle tai organisaation toimintaan käytännön tasolla.

Tämä opinnäyte työ keskittyy selvittämään mitä tapahtuman viennin aloittaminen vaatii askel askeleelta ja millaisia tukirakenteita organisaatiolta tulisi löytyä.

Käsitteet

Alla selitän opinnäytetyössäni käytettäviä käsitteitä, jotka liittyvät vahvasti tutkimaani aiheeseen.

Kulttuurivienti

Moni ei nimittäin tule ajatelleeksi, että viennin ei tarvitse olla fyysistä sorttia. Miksi viedä maasta banaaniterttuja tai henkilöautoja, kun todellisuudessa vienti voi olla aineetonta. Yleisesti puhutaankin kulttuuriviennistä, ja se on Suomessa isoa vuonna 2020.

Mitä kulttuuri-Suomi sitten vie? Amerikalla on Oscar-gaalansa, Ruotsilla Nobel-juhlansa. Mutta ei asioiden tietenkään tarvitse olla näin suuria ja näyttäviä. Pieni ja vaatimatonkin voi olla houkuttelevaa, kun sitä markkinoidaan ulkomaille. (Strömman, 2016. 14)

Kulttuuriviennistä on hankala löytää yksiselitteistä määritelmää, koska sen alla voi puhua monenlaisesta toiminnasta. Tapahtumavienti on mielestäni kulttuurivientiä parhaimmillaan, koska ohjelman lisäksi tapahtuman mukana kulkee valtava määrä osaamista, tarinoita, yrityksiä, ihmisiä – kulttuuria. Opetus- ja kulttuuriministeriö on pitkään noteerannut kulttuurin toimialat merkittävänä osana Suomen kansantaloutta. (OKM, 2016)

Vuonna 2010 toimialojen yhteenlaskettu tuotos oli yli 10,5 miljardia euroa. Kotimarkkinat eivät todennäköisesti enää kasva merkittävästi, mutta kansainvälisesti kulttuurin ja luovien tuotteiden ja palveluiden kauppa on jatkuvasti lisääntynyt. Kulttuuriviennillä tähdätään Suomen kansallisen kulttuuripanostuksen hyödyntämiseen. Kohdistamalla tukea siihen ratkaisevan tärkeään vaiheeseen, jossa kulttuurituote tai -palvelu tulee kosketuksiin yleisöjensä ja kuluttajiensa kanssa, pyritään lisäämään alan yritysten ja toimijoiden vientituloja ja kulttuurialan työllistämismahdollisuuksia. (OKM, 2016)

Konseptointi

Liiketoiminnan lähdekirjallisuudessa konseptointi tarkoittaa mallinnusta monistettavaan muotoon. Mallia tarkastellaan yksityiskohtaisesti ja siitä karsitaan kaikki toimimaton ja epäolennainen. Omat vahvuudet, kilpailuedut ja menestyksen elementit kiteytetään paketoituun konseptiin, jota voidaan alkaa myydä muille. Myös muuttujat selviävät, kuten ettei konsepti perustu pelkästään esimerkiksi ”kehittäjän erikoislahjakkuuteen, tuuriin tms.” (Laakso 2001, 53-54).

Konsepti ja konseptointi alkavat vuosi vuodelta olla tutumpi sana myös kulttuurin kentällä. Tätä työtä varten olen keskustelujen ja alan kokemuksella määritellyt konseptin olevan mallinnettua toimintaa, joka tapahtuu yhteisen nimittäjän alla hyvin samankaltaisena aina kun toimintaa harjoitetaan.

Konsepti on idean jalostettu muoto. Tapahtumaidean toteuttamiselle annetaan tarkoitus ja raamit. Tapahtuman konseptin suunnittelemisen voi olla nopeakin prosessi, riippuen tapahtuman koosta. (Robinson, Wale, Dickson 2010, 20) Esimerkiksi yökerhoihin suunniteltu DJ klubi voi muodostua vain nimen ja muutaman useasti soittavan DJ:n ympärille. Konseptointi taas voi olla haastavaa isoissa kokonaisuuksissa, jotka ympäristön vaikutusten johdosta muokkaavat tapahtumaa tarpeen mukaan ikään kuin jatkuvana prosessina.

Perusaskeleet ovat kuitenkin samat alalla kuin alalla: alkuidea, suunnittele, kehitä, tuota, arvio. Alkuidean suunnittelun tärkeät kysymykset ovatkin: kuka, mitä, miksi, milloin ja missä. Kun näihin kysymyksiin pystytään vastaamaan, voidaan aloittaa itse tapahtuman toteutuksen suunnittelu. Toteutuksen jälkeen arvioidaan, mitkä asiat tapahtumassa toimi ja mitkä asiat eivät. Näiden tietojen pohjalta konsepti ja tapahtuma kehittyvät. (Robinson, Wale, Dickson 2010, 20)

Varsinainen konseptin rakentaminen lähtee viidestä W:stä: WHO, WHAT, WHY, WHEN ja WHERE. Eli kuka, mitä, miksi, milloin ja missä. (Robinson, Wale, Dickson 2010, 20). Tämä on eräänlainen tapahtuman tarveanalyysi. Vaikka konsepti rakennetaan, se ei silti tarkoita, että sitä oikeasti toteutettaisiin.

Ketjutoiminta

Tutkin mahdollisuuksia tapahtumakonseptin jatkuvuuden takaamiseksi ketjutoimintaa, eli siirtää tapahtumakokonaisuus ulkopuolisen tahon tuotettavaksi tilaajan ohjeistuksen mukaisesti.

Ketjutoiminnan perusta on toimiva, viimeiseen asti hiottu konsepti, joka voidaan sellaisenaan tarjota ulkopuoliselle toimijalle toteutettavaksi. Konsepti tietotaitoineen, teknologioineen jne. tulee olla käytännössä testattu, paketoitu ja dokumentoitu, ennen kuin lähdetään luovuttamaan sen käyttöoikeuksia. Konseptin ostajan tulee olla niin vakuuttunut konseptin toimivuudesta, että on valmis maksamaan sen käyttöoikeudesta. (Laakso 2001, 51).

Lisensointi

Helppo tapa ymmärtää lisensoinnin perusajatus on Reesen yksinkertaistettu C.R.A.S.H –malli. Luodaan tuote, jonka jälkeen tutkitaan, kuinka se sopii kentälle ja onko vastaavaa tehty aikaisemmin. Toimilla tarkoitetaan tuotteen suojaamiseksi tarvittavia toimia. Kun toimiva kentälle sopiva tuote on suojattu, voidaan se myydä eteenpäin kumppanille, jolla on mahdollisuus toteuttaa tuote tai tuotteen levitys isommassa mittakaavassa. Lopuksi kerätään tuotot. (Reese 2011, 29).

C	R	A	S	H
Create	Research	Action	Sell	Harvest
L	T	T	M	K
Luo	Tutki	Toimi	Myy	Kerää

Palvelun lisensoinnissa keksinnön omistaja antaa korvausta vastaan yritykselle eli lisenssinsajalle oikeuksia keksintöönsä. Lisenssoitaessa keksinnön omistusoikeus säilyy lisenssinantajalla.

Keksinnön lisensointi on toimiva ratkaisu silloin, kun keksinnön omistajalla ei ole riittäviä voimavaroja keksinnön kaupallistamiseen. Keksijä ei esimerkiksi itse halua yrittäjäksi tai keksinnöstä ei yksinään synny kannattavaa yritystoimintaa. Lisensointi on hyvä ratkaisu myös, kun etsitään kansainvälisiä yhteistyökumppaneita. Tällöin voi olla edullisempaa solmia lisenssisopimus maakohtaisesti ja valmistaa tuotteet suoraan kyseisessä myyntimaassa. (Keksintösäätiö, 2016).

Koska tuotteen tai palvelun valmistamiseen kuluu aikaa ja resursseja, on keksijälle usein kohtuullista maksaa palkkio. Tällaisia korvauksia ovat mm. alkumaksu, rojalti ja minimirojalti.

Franchising

Liiketoimintamallina franchising tarkoittaa kahden yrityksen välistä yhteistyömallia, jossa on kaksi osapuolta: franchisingantaja ja franchisingottaja. Franchisingantaja on kehittänyt liiketoimintamallin, eli konseptin, jonka se antaa franchisingottajan käyttöön maksua vastaan. Tunnetuin franchisingketju on McDonald's, joka sai alkunsa 1955.

Franchisingottaja käyttää valmista konseptia ja sen käyttöön liittyvän tietotietoa esimerkiksi koulutuksen ja käsikirjojen avulla. Luvakeyrittäjä sitoutuu liiketoiminnassaan noudattamaan toimintaohjeita ja suuntaviivoja sekä täyttämään konseptin laatuvaatimukset. Luvakkeenantaja voi tuottaa ja järjestää jatkuvaa kaupallista ja teknistä tukea ketjun luvakeyrittäjille. Franchisingottajia voi olla yksi tai useampia. Saman konseptin useimmat franchisingottajat muodostavat ketjun, joka näyttää yksittäiselle kuluttajalle yhtenäiseltä. Franchisingantajalle franchising on siis tapa kasvaa, levittäytyä ja ketjuuntua, kun taas -ottajalle se on tapa harjoittaa yritystoimintaa. (Laakso 2005, 14 15, 29.)

Franchisingottaja, kuten yrittäjä yleensä, kantaa liiketoiminnassaan yrittäjäriskin.

Yhden omistajan malli

Yhden omistajan malli on lähimpänä yrittäjyyttä. Kaikki toimet olisivat avainhenkilöiden yrityksen hallinnassa. Tämä malli vaatii suurta pääomaa ja resursseja, mutta myös mahdolliset voitot olisivat suuremmat. Ulkomaiden toimistojen vuokrat ja työntekijät olisivat emoyhtiön vastuulla ja kaiken toiminnan tulisi tapahtua kunkin maan lainsäädännön ja verolain mukaan.

Sponsorointi

Tapahtuma-alalla sponsorointi on yleinen rahoituksen keino ja relevantti vaihtoehto ulkomaille lähdettäessä, koska Suomen poikkeuksellisen hyvän julkisen rahoituksen tasoa tuskin tulee vastaan. Sponsorointi on kahden osapuolen välistä tukemista palvelujen, tuotteiden tai varojen muodossa.

Sponsoroiva yritys hakee usein vastinetta myöntämälleen tuelle. Toivottu vastine voi olla joko yritysimage nostattamista, medianäkyvyyttä, myyntituloja tai brändin tunnettavuuden edistämistä. Sponsoroitava yritys tai yksityishenkilö voi hakea yhteistyöltä samoja hyötyjä, monesti kuitenkin sponsoroitavalle painoarvoltaan tärkeintä on isomman yrityksen tuoma näkyvyys, apu tai tuki. Sponsorointisopimukset voivat näin ollen olla kaikkea aineettoman hyödyn ja kuusinumeroisten summien väliltä. (Ioanna, 2016)

Sponsorointi voi tuoda yritykselle muun muassa lisämyyntiä, uusia markkina-alueita, verkostoja, uutta asiakaskuntaa tai vahvistusta brändiin. Monille yrityksille myös yhteiskunnallinen toiminta on tärkeää, monet yritykset sijoittavat sponsorirahaa esimerkiksi nuorten liikuntaharrastuksiin.

3. TILAAJA JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

3.1. Tilaaja

Esteetön taide ja kulttuuri ry

Esteetön taide ja kulttuuri ry on Tampereella toimiva yleishyödyllinen yhdistys, jonka toiminnan periaate on konkreettisesti auttaa tapahtumia, kulttuuripalvelujen tarjoajia, organisaatioita, teattereita ja yrityksiä parantamaan saavutettavuuttaan ja tavoittamaan uusia yleisöjä sekä osallistujia. Yhdistyksen tavoitteena on parantaa saavutettavuutta Suomen ja maailman kulttuuri- ja tapahtumakentässä, sekä edistää kaikkien ihmisten tasavertaista osallistumista palveluihin, kulttuurieroihin ja tapahtumiin.

Esteetön taide ja kulttuuri ry edistää kansainvälistä esitys- ja koulutusvaihtoa ja toimii kansallisen ja kansainvälisen verkoston rakentajana. Yhdistyksen keskeinen tehtävä on edistää erityistä tukea tarvitsevien taiteilijoiden työskentelymahdollisuuksia ja yh-

teistyömahdollisuuksia muiden taiteilijoiden kanssa sekä edistää heidän kansainvälistymistään.

Yhdistys ajaa tavoitteitaan monipuolisten kansainvälisten tapahtumien kautta. Tapahtumilla pyritään rikkomaan raja-aitoja ja kiillottamaan saavutettavuuden teemaa. Yhdistyksen pitkän tähtäimen tavoitteena on tapahtuman avulla rakentaa kotikaupungistaan Tampereesta hyvinvoinnin, kulttuurin ja taiteen verkoston keskus. ACCAC tukee Opetus- ja Kulttuuriministeriön linjauksia taiteen hyvinvointiosaamisen viennin edistämiseksi, sekä Tampereen kaupungin pyrkimyksiä saavutettavuuden edelläkävijänä Suomessa.

Tilaajan emotapahtuman sivut löytyvät osoitteesta www.accac.fi ja kansainväliset verkkosivut ovat avautuneet keväällä 2016 osoitteessa www.accac-international.com.

3.2. Toimintaympäristö

Vuonna 2009 Esteetön taide ja kulttuuri ry:n puheenjohtaja Kirsi Mustalahti on aloittanut saavutettavuuden kautta kansainvälisen verkoston rakentamisen muun muassa Taivex-vientivalmennusohjelman, Korea-Finland Connectionin sekä kansainvälisen Taivex2 työvaihto-ohjelman puitteissa. ACCAC:n markkinakartoitus on syntynyt toistuvien kansainvälisten vierailujen ja yhteistyöhankkeiden myötä. Tämä työ jatkuu edelleen aktiivisena ja opinnäytetyön aikana lisääntynyt henkilöstö laajentaa verkostoa entisestään.

Yhdistyksen toiminta kansainvälisellä sektorilla on vuodesta 2010 alkaen ollut taiteen ja kulttuurin vientiä, asiantuntijuutta ja kontaktien jakamista. ETKU on mm. toiminut managerina suomalaisille taiteilijoille ja taiteilijaryhmille ja toteuttanut työpaja- ja esiintymiskiertueita, startannut sosiaalisen sirkuksen koulutusmetodin, vienyt apuvälinekoulutusta ja suomalaista elokuvaa Etelä-Koreaan. Yhdistys on myös toteuttanut

korealaisten taiteilijoiden, asiantuntijoiden sekä parlamentaarikkojen vierailuohjelmia Suomessa.

Kotimaan verkosto

Suomessa saavutettavuus otetaan vakavasti ja monet järjestöt ympäri maan ajavat erilaisten vähemmistöjen mahdollisuuksia tasa-arvoon. (Kulttuuria kaikille, 2016) Nämä järjestöt ovat Tilaajalle tärkeitä kumppaneita, kun toiminta saavuttaa jalansijaa ulkomailla, joissa kiinnostus suomalaista hyvinvointi- ja tasa-arvo-osaamista kohtaan on suuri (Mustalahti, 2016).

Kotimaan verkosto on myös suuressa roolissa Suomen emotapahtumassa. Monipuolinen sisältö tulee kansainvälisten vieraiden lisäksi suomalaisilta yhdistyksiltä, järjestöiltä ja harrastajilta.

Aasian verkosto

Yhdistyksen vahvimmat yhteistyökumppanit ja toimintaa tukevat tahot löytyvät Etelä-Koreasta; kansainvälisiä toimijoita kuten Samdong Hoi, jolla on yli 300 koulutus- ja hyvinvointikeskusta ympäri maailmaa ja Samdong International, joka vie hyvinvointia kehittyviin Aasian maihin kuten Laos, Nepal, Myanmar ja Mongolia, joihin Samdongilla on valtioiden hallitusten luvat tuottaa kulttuuriohjelmaa. Kirjoittamisen hetkellä neuvottelut Wonkwang Universityn kanssa ACCAC -toimipisteen avaamisesta Etelä-Koreaan ovat käynnissä.

Kävimme tutustumassa Etelä-Korean kumppaneihin ja tiloihin 27.4. – 2.5.2016 ja keskustelimme tilaajan mahdollisuuksista toimia Etelä-Koreassa.



Vierailu Wonkwang yliopistossa 29.4.2016

Eurooppa yhteistyö kasvussa

ETKU on mukana Euroopan kulttuurikeskusten verkostossa, jota on ollut perustamassa GC De Zeyp ja johtaja Ivo Peeters. Verkoston kulttuurikeskukset ovat kiinnostuneista yhteistyöstä oman saavutettavuutensa kehittämisessä, sekä ACCAC tapahtumasisällöistä.

Muu kansainvälinen verkosto

Avainhenkilöiden verkostot eivät rajoitu vain Suomeen, Aasiaan ja Eurooppaan. Vuosien aktiivinen kansainvälinen työ on avannut siltoja myös Yhdysvaltoihin, Kanadaan, Etelä-Amerikkaan, Afrikkaan ja Australiaan. Nämä territoriot ovat Suomesta käsin olleet toistaiseksi saavuttamattomissa ja kumppanisuhteet ovat heikkommat kuin edellä mainituissa kohteissa.

3.4. Emotapahtuma

Tilaajan järjestämä kotimainen päätapahtuma nimetään emotapahtumaksi, sillä se toimii pohjana vietävälle tapahtumakokonaisuudelle.

Vuonna 2013 tilaajan järjestämä ACCAC Start up forum oli lähtölaukaus emotapahtumalle. Tapahtuma oli kansainvälinen kaksipäiväinen seminaari, joka käsitteli saavutettavuutta ja taiteen monimuotoisuutta sisältävän tapahtuman toteuttamisen tarpeellisuutta. Osallistujina oli 120 vammais- ja kulttuurikentän toimijaa Suomesta ja kansainvälisiä puhujia antamassa näkökulmia. Loppuyhteenveto ja osallistujien palautteet todensivat ACCAC -tapahtuman tarpeellisuuden ja mahdollisuudet.

Vuonna 2015 järjestettiin ensimmäinen varsinainen emotapahtuma ACCAC Festival & Congress Tampere-talossa. Saavutettavan taiteen ja kulttuurin tapahtuma, jonka pääteemat olivat liikkuvuus, luovuus ja soveltavuus. Tapahtuma sisälsi kansainvälisen kongressin, taiteen ja hyvinvoinnin messut sekä neljä päivää ohjelmaa neljällä näyttämöllä. Ensimmäinen tapahtuma noteerattiin laajasti ympäri maailmaa ja sen isännöinti on herättänyt kiinnostusta muiden muassa Koreassa, Filippiineillä, Nepalissa, Latviassa, Arabi-emiraateissa sekä Japanissa.

Tapahtuma numeroina

Yleisö: 2 700

Edustetut maat: 11

Kongressivieraat: 130

Vammaisjärjestöt: 28

Tapahtumahenkilökunta: 60

Vapaaehtoiset: 100

Emotapahtuma kokoaa yhteen parhaat käytännöt, asiantuntijat ja esiintyjät. Emotapahtuman sisällöistä nostetaan terävimmät kärjet, joiden on suunniteltu liikkuvan luonnollisena osana tapahtumaa missä se toteutetaankaan ja tätä kautta edistetään taiteilijoiden liikkuvuutta, hyvinvointiosaamisen ja soveltavan taiteen vientiä, kansainvälisen yhteistyön kehittämistä ja suomalaisten innovaatioiden vientiä.

Esteetön taide ja kulttuuri ry on luonut omaperäisen tapahtuman, jonka tilaaja haluaa viedä ulkomaille. Opetus- ja kulttuuriministeriön hankevalmistelurahoituksen turvin tapahtumakonseptia opinnäytetyön kirjoittamishetkellä viimeistellään ja tuotetaan sen kansainvälistä levityssuunnitelmaa vuosille 2016-2017. Työn alla ovat myös materiaalit ja sopimukset, joilla ulkomaisten kumppaneiden lähestyminen voidaan aloittaa. Ensimmäiset esittelymateriaalit ovat myös julkaistu (Liite 1).

Tapahtumakonseptia työstävät minun lisäksi:

- Vastaava tuottaja ja yhdistyksen puheenjohtaja Kirsi Mustalahti
- Kumppanuuspäällikkö Sami Kovalainen, tapahtumamarkkinoinnin ammattilainen 18 vuoden kokemuksella.



Kuva 1. Light Sound Friends company (KR) vierailu ACCAC 2015 Tampere. Kuva: Sarina Wennerqvist

4. TUTKIMUS

Tapahtumaviennistä kertovaa kirjallisuutta on hyvin vähän ja tapahtumien toteutuksen käytännönläheisyyden vuoksi olen lähtenyt tutkimaan sitä käytännönläheisesti.

Olen työskennellyt aktiivisesti, eri rooleissa, kansainvälisten esittävän taiteen verkostotapahtumien parissa viimeiset kuusi vuotta. Minulla on vahva tietoperusta erilaisten tapahtumien toiminnasta, vetovoimasta ja siitä, miksi toiset eivät menesty vuosienkaan jälkeen. Oman tietoperustani ja havaintojeni tueksi olen benchmarkannut vertailukelpoisia toimijoita.

Käytännön tiedon lähteeksi olen valinnut ammattilaishaastattelut suomalaisilta tahoilta, jotka ovat vieneet tapahtumia ulkomaille. Haastattelujen lisäksi olen työurani aikana käynyt alan ammattilaisten kanssa keskusteluja, joista osaa käytän suullisina tiedonantoina tehdessäni ehdotusta tilaajalle.

Lähdimme myös kokeilemaan tapahtuman vientiä pilottihankkeena tilaajan kumppanin kanssa Egyptiin, jolla saisimme selville, millaisia haasteita tapahtumaviennin alkutaipaleella tulee vastaan. Tulen tämän työn aikana puhumaan kumppaneista ja partnereista. Kumppanilla tarkoitan tapahtuman yhteistuottajaa ulkomailla ja partnerilla tapahtuman tukijaa.

4.1. Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät

Pilotointi

Pilottihankkeella pyrimme selvittämään missä kohti tulevat niin kutsutut vaaran paikat tapahtuman viemisessä. Hanke toteutettiin yhdessä tilaajan kumppanin Mohamed Kareemin kanssa, joka edustaa Manethon Foundation for Children's Theater -organisaatiota. Näin oli mahdollista nähdä, eteneekö tapahtuma suunnitellusti myös ulkopuolisen toimijan käsissä ja millaisia asioita jatkossa tulisi ottaa huomioon. (Laakso 2001, 52)

Aloitimme tapahtuman viemisen Egyptiin, Kairoon, marraskuussa 2015. Yhteistyön hankaluuksien myötä pilottihanke on viivästynyt ja on tarkoitus toteuttaa vasta huhtikuussa 2017. Paikallinen kumppani on saanut neljän Egyptin ministeriön tuen, presidentin suojeluksen ja tapahtuma päätettiin liittää osaksi Suomen kansainvälistä 100-vuotisjuhla -ohjelmaa. ACCAC –työryhmän on tarkoitus vierailla syksyllä 2016 Kairossa allekirjoittamassa sopimukset ministeriöiden, Suomen suurlähettiläs Tuula Yrjölä ja paikallisen ACCAC -tuottajan Mohamed Kareemin kanssa.

Egyptin ACCAC 2017 Connected by Culture -tapahtuma on suunniteltu olevan pääavaus tapahtuman kansainväliselle levitykselle. Egyptissä tapahtuman avulla otetaan ensimmäinen suuri askel sekä rakennetun ympäristön esteettömyyden kehittämiseksi, että muokataan asennekulttuuria. Egyptillä on pitkän tähtäimen tavoitteena pystyä hakemaan Olympialaisia ja ACCAC tapahtuma olisi ensimmäinen askel saavutettavuuden parantamiseksi koko yhteiskunnassa. Kumppani jakaa tilaajan arvot.

Tapahtuman on suunniteltu sisältävän paikallisin voimin tuotettua ohjelmaa, mutta ACCAC kongresseineen tuo isäntämaahan asiantuntijoita ja osaamista sekä hyvinvointiosaamisen, teknisten innovaatioiden että rakennetun ympäristön kehittämisen osalta. Se sisältää myös virallisen esittävän taiteen kansainvälisen ohjelmiston; tanssi, teatteri, sirkus, konsertit jne.

Se, että tapahtuman suunnittelu vaiheiden dokumentointi on saatu näin pitkälle, antaa hyvää tutkimusaineistoa siitä, mikä on mennyt oikein ja missä emme ole onnistuneet.

Havainnointi

Havainnoimalla pyrin saamaan selville kuinka millaisista perusrakenteista muut tapahtumat rakentuvat, ja miten ne muuttuvat, kun tapahtuma siirtyy toiseen paikkaan. Havainnointi on hyödyllinen menetelmä kehitystyössä, jolla pyrin saamaan muiden menetelmien tueksi tietoa, osallistumalla tapahtumiin (Taulukko A) joita järjestetään emotapahtuman lisäksi myös muualla tai jotka ovat lähtökohdiltaan kiertäviä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 103)

#	NIMI	VVVV-KK	KAUPUNKI	MAA	JÄRJESTÄJÄ	EDUSTIN
1	Iksan-Seoul tour	2016-04	Seoul	KOREA	Samdong International	ACCAC
2	XV Iberoamerican Theater Festival from Bogotá	2016-03	Bogota	COLOMBIA	Ventana Internacional de las Artes VIA	Taikateatteri 13
3	ISPA Congress – Performance!	2016-01	New York	USA	International Society for Performing Arts – ISPA	ACCAC
4	Cairo tour	2015-11	Cairo	EGYPT	Manethon Foundation for Childrens Theatre	ACCAC
5	Performance visit, Manila tour	2014-11	Manila	PHILIPPINES	KMP Artists/PETA Theatre	Taikateatteri 13
6	Edinburgh Fringe Festival	2015-08	Edinburgh	UK	Edinburgh Fringe	Taikateatteri 13
7	ISPA Congress – Imagining a New Economy for the Arts	2014-01	New York	USA	International Society for Performing Arts – ISPA	Taikateatteri 13
8	NordMatch2014	2014-01	Tampere	FINLAND	Produforum	Freelancer
9	FiraTàrraga Theatre Festival	2013-09	Tarrega	SPAIN	FiraTàrraga	Taikateatteri 13
10	ISPA Congress – The Next Chapter	2013-06	Wroclaw	POLAND	International Society for Performing Arts – ISPA	Taikateatteri 13
11	Internationale Kulturbörse Freiburg – IKF 2013	2013-02	Freiburg	GERMANY	Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG	Taikateatteri 13
12	APAP NYC 2013	2013-01	New York	USA	Association for Performing Arts Presenters – APAP	Taikateatteri 13
13	ISPA Congress – The Culture of Innovation	2013-01	New York	USA	International Society for Performing Arts – ISPA	Taikateatteri 13
14	IPAY Showcase	2013-01	Philadelphia	USA	International Performing Arts for Youth – IPAY	Taikateatteri 13
15	NordMatch2012 - Facilitate Nordic and Baltic Culture	2012-10	Tallinn	ESTONIA	Produforum	Taikateatteri 13

Taulukko A. Merkittävimmät esittävän taiteen vierailuni

Benchmarking

Olen verrannut joitakin suuria toimijoita tilaajaan saadakseni perusteltua pohjaa Tilaajan toiminnan kehittämiseksi. Pysin löytämään menestyjiltä hyviä toimintatapoja ja soveltaa niitä omaan toimintaan. (Löfström, 181)

Olen valinnut eniten tilaajan konseptia muistuttavat ja tilaajaa kiehtovat vaihtoehdot. Organisaation mallia pohtiessa tutkin myös muita suomalaisia kulttuurialan toimijoita, joiden toiminta ei välttämättä muistuta tilaajan toimintaa.

Aivoriihi

Pyrimme aivoriihien avulla löytämään yhteisymmärryksen toimintatavoista työryhmän sisällä, että kaikki ovat samalla viivalla, kun suunnitelmaa lähdetään toteuttamaan. Tällä mallilla voidaan saada uusia ideoita, näkökulmia ja ratkaisuja luovuusmenetelmiä käyttämällä.

”Aivoriihi on luovan ongelmanratkaisun menetelmä, jossa ideoita tuotetaan ja kehitetään ryhmässä.” (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 55)

Järjestimme aivoriihiä tiimimme kesken, lakimiehen kanssa, sekä Koreassa mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Tilaisuudet eivät olleet ohjattuja, joten paras mahdollinen tulos tilaisuuksista jäi saamatta. Tulen käyttämään aivoriihistä saatua tietoa suullisina tiedonantoina.

Haastattelut

”Haastattelu on keskustelu, joka tähtää informaation keräämiseen ja on ennalta suunniteltua, päämääräohjattua toimintaa.” (Hirsjärvi, Hurme 1995. 25–26)

Olen valinnut haastateltaviksi suomalaisia ammattilaisia tapahtumatuottajia, joilla on kokemusta tapahtumien, jotka toimivat myös kotimaassa, järjestämisestä ulkomailla. Haastateltavilla on parasta käytännön tietoa siitä, mitä asioita tapahtuman viennissä tulee ottaa huomioon. Ammattilaishaastattelut ovat myös hyvä tapa peilata pilottihankettamme.

Haastateltavat suomalaiset toimijat, joilla on kokemusta tapahtumien viemisestä ulkomaille:

- Nicolas Dolenc.

President & Executive Producer, Slush

Tapahtumat ulkomailla: Slush Tokyo, Slush Shanghai ja Slush Singapore.

Slush has grown from a 300-person assembly to a world-renowned event, now spreading globally. The philosophy behind Slush has remained the same: to help the next generation of great, world-conquering companies forward. (Slush, 2016)

- Jani Joenniemi

Founder & Program Director, EARS – Europe-Asia Roundtable Sessions

Tapahtumat ulkomailla: EARS on Beijing

EARS – Europe-Asia Roundtable Sessions is a platform supporting creative industry collaboration by introducing the latest trends from Asia, and the professionals behind them. (EARS, 2016)

- Suvi Kallio

Managing director, Flow Festival / Partner, Flow Festival Oy (Ltd)

Tapahtumat ulkomailla: PR –tapahtumat ja Flow Festival Ljubljana

Flow Festival on innovatiivinen edelläkävijä pohjoismaisessa festivaalientähtäessä. Tapahtuma panostaa musiikin, taiteen, designin ja monipuolisen ruokatarjonnan lisäksi visuaalisesti kiinnostavaan ja luovasti suunniteltuun alueeseen, jossa orgaaniset elementit yhdistyvät uusimpaan teknologiaan. (Flow, 2016)

6. TUTKIMUSTULOKSET

Kokoan yhteen edellä mainituilla tavoilla kerätyistä tutkimusaineistoista, tapahtuman taustaorganisaation ja viennin prosessin vaiheiksi jäsennettyjä, tuloksia ja päätelmiä. Näiden tulosten pohjalta teen ehdotukseni tilaajalle.

6.1. Organisaatiomalli

Haastattelujen, havainnoinnin ja omien kokemusteni perusteella tapahtuma-alalla suositaan yritysmuotoa yhdistysten sijaan.

Yhdistystoiminta

Suomalaiset viejät toimivat pääasiallisesti yrityspohjaisesti, mutta koska Tilaaajalla on toimiva yhdistys ja rahoitus olemassa, en näe syytä ajaa sitä alas, vaikka yritystoiminta aloitettaisiin. Yhdistystoiminnassa on etuja, joita yritystoiminnalle ei voi saada. (Mustalahti, Kovalainen 2016) Yhdistys voi hakea monipuolisemmin julkista rahoitusta, joka on tarpeen perustoiminnan ylläpitämiseen ja, haastattelujen pohjalta, tapahtumien järjestämisessä ulkomailla.

Yhdistyksen haasteet piilevät hallitustyöskentelyssä. Mikäli yhdistyksen hallituksessa syntyy eturistiriitoja, riitoja, tai päällekkäisiä intressejä, voi tilanne eskaloitua. Tällainen tilanne tapahtui Cirko – uuden sirkuksen keskuksessa vuonna 2012, kun toiminnanjohtaja Purovaara irtisanottiin tehtävistään vailla perusteita hallituksen toimesta. (Tawast, 2016) Lisäksi yhdistyksen yleishyödyllisyys tarkoittaa sitä, että voittoa ei tavoitella ja mikäli voittoa tulee, täytyy sen käyttötarkoitukset perustella tarkkaan tuleville vuosille. Tämä on kansainvälisen toiminnan kannalta hankalaa, sillä tilaisuuksia työskennellä ulkomailla on vaikea ennustaa.

Yleishyödyllisyyden ja tuntemattoman hallituksen johdosta Esteetön taide ja kulttuuri ry ei ole liiketoiminnan pyörittämiseen hyvä vaihtoehto, koska varallisuuden hallitseminen ja päätöksenteko ovat joustamattomampia kuin yrityksessä (Kovalainen, Mustalahti 2016)

Yritystoiminta. Työnimi: ACCAC Oy

Kasvun mahdollisuus voi tulevaisuudessa tuoda suurtakin voittoa. Kulttuurin alalta esimerkkinä Disneyn lisensoimat tuotteet, jotka ovat tehneet yli 26 miljardia liikevaihtoa (License! Global, 2016).

Osakeyhtiön perustaminen tarjoaisi paikan kotiuttaa voitot ilman painetta nollatulokseen, ja mahdollisuuden pitkäaikaiseen suunnitteluun investointien maksimoimiseksi. Samoin päätöksentekoprosessi eroaa merkittävästi yhdistystoiminnan demokratiasta, ainakin näennäisestä, jolla toivomme toimintamme pystyvän reagoimaan mahdollisimman nopeasti ja joustavasti. Tarkalla osakassopimuksella tilaaja pystyisi turvaamaan avainhenkilöiden oikeudet riitatilanteissa.

Kulttuurialan yritystoiminnassa on toki myös omat haasteensa; toiminta on projektorientoitunutta, jolloin keskipitkän ja pitkän aikavälin suunnittelua ei toteuteta riittävästi. Projektien, joiden onnistumisesta ei pahimmassa tapauksessa ole mitään takeita, operatiivinen työ vie kaiken ajan jolloin tulevaisuuden rakentaminen unohtuu (Nii-nikoski, Sibelius 2003. 92)

Yhdistys ja yritystoiminnan yhdistäminen

Kulttuurin alalla yhdistyksen ja yrityksen läheinen yhteistyö on hyvin yleinen toimintamalli. Usein esimerkiksi festivaalit toimivat läheisesti niin kutsuttujen kannatusyhdistysten kautta, joka yleishyödyllisenä yhdistyksenä pystyy hyödyntämään valtion ja kaupungin tuet ja mahdolliset voitot voi yritys laskuttaa palveluina voitoksi yrityksen tilille, tai siirtää kaiken voittoa tavoittelevan toiminnan yrityksen alle. Esimerkkinä Kulttuuriyhdistys Korjaamo ry ja Korjaamo Group Oy.

NÄIN RAHOITAMME KORJAAMON TOIMINTAA

Noin kolmasosa Korjaamon liikevaihdosta muodostuu baarin ja kahvilan myyntituloista. Pääsylipputulot ja tilapalveluiden vuokratulot on molempien noin 15 prosenttia. Apurahojen ja erilaisten tukien osuus

on noin 17 prosenttia liikevaihdosta. Yhteistyökumppanuuksien tuki noin 4 prosenttia.

Helsingin kaupunki tukee Korjaamon toimintaa 83 000 eurolla vuosittain. Korjaamo saa tukea vaihtelevan määrän myös opetus- ja kulttuuriministeriöltä. Lisäksi Korjaamo saa projektirahoitusta muun muassa Stage-festivaalia varten. Korjaamo Groupin liikevaihto on noin 4,5 miljoonaa euroa vuosittain. (Korjaamo, 2016)

Voitollisen ja voittoa tavoittelemattoman toiminnan siirtely yhdistyksen ja yrityksen välillä perustuu omaan kokemukseeni ja havainnointiin. Asia on myös ymmärrettävästi vain vähän dokumentoitu, sillä malli voi herättää kysymyksen tukien hyväksikäytöstä. Tässä kehitystyössä näen kuitenkin yhdistystoiminnan kautta saatavien tukien olevan tarvittava oma pääoma hyvinvointitapahtumien pohjan rakentamiseen, joka tulee tulevaisuudessa tuomaan tuloa myös ulkomailta Suomeen.

Yhdistyksen ja yrityksen toiminnan yhdistämisestä pienten organisaatioiden kohdalla voi myös seurata eturistiriitoja, jotka verohallintoa kiinnostavat. Yhdistyksen puheenjohtajan ei tulisi olla päättävässä asemassa molemmissa organisaatioissa, tai ainakin hänen tulee jäädä itsensä kaikista rahallisiin tai ajallisiin panostuksiin liittyvistä asioista kokouksissa. (Karjalainen, 2016)

Jäsenyys

Suurin osa benchmarkkaamistani toimijoista tarjoaa mahdollisuutta liittyä verkoston jäseneksi ja siihen suurimmat ajurit ovat itse verkosto ja alennukset tulevilla tapahtumissa, sekä esimerkiksi verkoston tuottamissa tapahtumissa ja tuotteissa. (Taulukko 2) Lisäksi jäsenistöllä mahdollisuus vaikuttaa verkoston asioihin.

Toimijoilla, jotka hyväksyvät jäseniä, on niitä satoja. Jäsenet varmasti tuovat jo itsessään kävijäpohjan tapahtumiin. Silloin heille voidaan antaa huomattavaakin alennusta, sillä markkinointibudjetti on suunnattu uusille kävijöille.

Totean suuren jäsenistön tuoman tuen ja tutun konseptin tapahtumissa toimivana mallina. Esteetön taide ja kulttuuri ry:n rahoitus toiminnan jatkuvuuteen voisi olla turvattu suurella jäsenistöllä.

#	NIMI/MÄÄRE	KOTIMAA/ KIERTÄVÄ	KOTITAPAHTUMA	1 AIKUINEN, EI-JÄSEN OSALLISTUMISMAKSU TAPAHTUMAAN (EUR)	KESTO (PV)	JÄSENYYS	1 AIKUINEN, JÄSENYYSMAKSU	JÄSENIÄ (max 1000)	JÄSENYYSSEDUT	YHDENMUKAINEN OHJELMA	MESSUT (KOKO 1-3)
1	Accessible Arts and Culture	KIERTÄVÄ	FI-TAMPERE	150,00 €	4	EI	EI	0		KYLLÄ	2
	KA. / VOITTAVA	KIERTÄVÄ	EI	750,00 €	4,50	KYLLÄ	547,17 €	697	ALET, VERKOSTO	KYLLÄ	1,13
2	International Society for Performing Arts – ISPA	KIERTÄVÄ	US-NEW YORK	1 313,00 €	4	KYLLÄ	551,00 €	400	ALET, VERKOSTO	KYLLÄ	1
3	Assitej International	KIERTÄVÄ		165,00 €	4	KYLLÄ	44,00 €	1000	ALET, VERKOSTO	EI	0
4	European Festivals Association – EFA	KIERTÄVÄ		2 100,00 €	7	KYLLÄ	2 000,00 €	1000	ALET, VERKOSTO	EI	0
5	IETM	KIERTÄVÄ		500,00 €	8	KYLLÄ	120,00 €	532	ALET, VERKOSTO	KYLLÄ	0
6	International Performing Arts for Youth – IPAY	USA	US-PHILADELPHIA	590,00 €	3	KYLLÄ	109,00 €	250	ALET, VERKOSTO	KYLLÄ	2
7	Association for Performing Arts Presenters – APAP	USA	US-NEW YORK	897,00 €	3	KYLLÄ	459,00 €	1000	ALET, MARKKINOINTI	KYLLÄ	3
8	WOMEX	KIERTÄVÄ		395,00 €	5	EI				KYLLÄ	3
9	Nordmatch	KIERTÄVÄ		40,00 €	2	EI				KYLLÄ	0

Taulukko 2. Benchmarking kansainvälisten kulttuurin alan ammattilaistapahtumien toiminnasta

6.2. Vientivalmius ja konseptointi

Vientikelpoisen kulttuurituotannon edellytys on tuotekehittely, konseptointi ja "cross-branding". Nyt kaikki luomaan omalaatuisia tuotemerkkejä, jotka iskostavat kulttuuri-ilmiöt ihmisten mieleen! (Hiidenkivi, 2006)

lhastuin tähän tuntemattoman miehen huudahdukseen Hiidenkivi-lehdestä. Juuri näin! Haastattelujen perusteella olen kuitenkin tehnyt johtopäätöksen, ettei tapahtuman välttämättä tarvitse olla etabloitunut toimiva kokonaisuus ennen kuin vienti otetaan harkintaan. Huomattavasti tärkeää tuntuu olevan omalaatuisuus, jokin mistä tapahtuma tiedetään myös ulkomailla.

Toki viimeistellystä konseptista Kallion mukaan on hyötyä, mutta kaikki haastateltavat yhtyvät siihen, että tapahtumalla tulee olla kansainvälistä tunnettuutta. Useilla tutkimuksessa tutustumillani toimijoilla on kansainvälisesti noteerattu emotapahtuma ja ulkomailla toimivia satelliittitapahtumia, joilla kasvatetaan toimintaa. Satelliittitapahtumilla ohjataan uusia asiakkaita emotapahtumaan ja sitoutetaan vanhoja.

Yhteistä kaikilla haastateltavilla tuntui olevan se, että tapahtumat ovat alusta asti suunniteltu ulkomaille. Tai kuten esimerkiksi Slush:n tapauksessa. Slush on suunniteltu globaaliksi tapahtumaksi, joka sattuu sijoittumaan Helsinkiin, koska sinne on helppoa lentää ympäri maailman. Yhteinen maaperä.



Kuvakaappaus Finnairin kohteista (Finnair, 2016)

Konseptointi

Liiketoiminnasta tutulla konseptointi-ajatuksella koitetaan välttää nojaamista erikoislahjakuuteen. Kuitenkin kulttuurialalla tapahtumat usein perustuvat eräänlaiseen erikoislahjakuuteen; kykyyn hahmottaa tapahtuman kokonaisuus tietyllä tavalla ja usein arvomaailman kautta, intuitiivisesti. Haastateltavien tapahtumia yhdistää jatkuva kehitys ja vastaaminen tarpeeseen.

Esimerkiksi Slush:n toimintakulttuuri ja arvomaailma ovat hyvin omintakeisia ja jopa osa heidän tapahtumavientiään. Slush haluaa auttaa seuraavia maailmanvalloittavia

yrittäjiä eteenpäin, mahdollisimman nopeasti ja mahdollisimman isolla vaikutuksella. Lisäksi itse tapahtumasuunnittelun ekologisuus on iso osa tapahtuman brändiä. Myös EARS, Flow Festival ja tilaajani edustavat hyvin erilaisia arvomaailmoja, joka näkyy heidän tapahtumissaan ulkomailla.

On kuitenkin myös selkeitä tapahtumakonsepteja, jotka liikkuvat maasta ja vuodesta toiseen samojen palasten kanssa. International Society for the Performing Arts:n (ISPA) tapaamiset koostuvat aina eri maiden tilannekatsauksista, ammattilaisvaihtotilaisuudesta, kulttuurivierailuista, määrämuotoisista paneelikeskusteluista sekä iltaohjelmasta. Samoin APAP toimii vuodesta toiseen samalla kaavalla, New Yorkin Hilton –hotelli täytetään esiintyvillä taiteilijoilla ja ostajilla, väliin muutama asiapaneeli joiden jälkeen tehdään kauppaa yli 3000 kävijän voimin.

Dolencin mukaan tapahtumakonsepti on liian iso siirrettäväksi, jos sitä ei voi yksi ihminen tehdä. Tilaajan kokonaisuudessa on paljon valmiita palasia, joten aion ehdottaa pienempiä konsepteja potentiaalisille asiakkaille saavutettaviksi. Kallio tukee ajatusta tapahtumien osien viemisestä.

6.3. Kansainvälinen tunnettuus

Kansainvälisen toiminnan pohja on uskottava tapahtuma, jolla on kansainvälistä tunnettuutta. Tätä tukee Kallion, Joenniemen ja Dolencin haastattelut, sekä omat havaintoni. Esimerkiksi oma kiinnostukseni ISPA –verkoston tapahtumia kohtaa on syntynyt yhteisön tunnettuudesta omassa verkostossani. Tapahtuma ja verkoston jäsenet on koettu tärkeiksi myös ulkomailla, jonka jälkeen yhteisö on avannut mahdollisuuden kutsua tapahtuma omaan kaupunkiinsa. He kuitenkin edellyttävät kaupungin tai valtiollisen tahon hyväksynnän ja tuen tapahtumalle.

Kansainvälistä toimintaa kannattaakin lähteä vauhdittamaan onnistuneiden tapahtumien kautta ja pitämällä huolta, että emotapahtumaan saadaan potentiaaliset kumppanit. Kun potentiaaliset kumppanit saadaan tapahtumaan ja pystytään näyttämään, että tapahtuma todella toimii; saadaan aikaan motivaatio ja usko kumppanille tapahtuman toteutumiselle omassa ympäristössään.

Toinen kulmakivi kansainvälisessä toiminnassa on luotettava kumppani, jonka kanssa tapahtumia voidaan suunnitella. Sama malli on havaittavissa esimerkiksi esitysviennissä Kiinaan, jossa moni toimija koittaa saada länsimaisesta toimijasta vain hyödyn arvostamatta itse tapahtumaa (Qi, 2016)

Liittyminen kumppaneiden tilaisuuksiin

Mikäli yhteistyökumppanit järjestävät omia tilaisuuksia, jossa tapaavat omia rahoittajiaan ja kumppaneitaan, on näiden verkostojen kautta mahdollisuus luoda kansainvälistä tunnettuutta. (Taewon, 2016)

Kutsuvierastilaisuudet

Havainnointiini pohjautuen olen huomannut hyväksi tavaksi verkoston laajentamiseksi, ja mahdollisten kumppanien tapaamiseksi, kutsuvierastilaisuudet. Näin toimivat muun muassa pohjoismaiset tiedotuskeskukset yhdessä, usein suurlähetystöjen tuilla. Suuret esittävän taiteen tapahtumat markkinoivat itseään kutsuvierastilaisuuksilla toisissa suurissa esittävän taiteen tapahtumissa.

Oman kutsuvierastilaisuuden järjestäminen kohdemaassa on konseptille loistava tapa tavata todelliset kumppanit, partnerit ja asiakkaat, sillä heidän saaminen Suomeen on valtavan houkuttelun takana. Esimerkiksi Slush on joidenkin avainhenkilöiden kanssa tehnyt töitä jopa 5 vuotta saadakseen heidät tapahtumaan.

PR-tapahtumat

Haasteltavien kansainväliseen toimintaan kuuluvat pr-tapahtumat ulkomailla, pois lukien EARS, joka toimii lähinnä verkostojen ja tapahtumiensa kautta, jotka ovat pienemmän kokonsa johdosta helpompi toteuttaa.

PR-tapahtumien sisällöt vaihtelevat riippuen käytettävissä olevista resursseista. Tärkeintä on tapahtumien korkea laatu, jonka tulisi tukea emotapahtumaa ja brändiä. Huonosti toteutettu tapahtuma antaa huonon kuvan koko toiminnasta.

6.4. Kumppanin löytäminen

Haastateltavani yhteistuumiin ovat sitä mieltä, että tapahtumaviennin aloittamisen kannalta tärkeää on hyvä, ammattitaitoinen ja verkostoitunut kumppani. Tärkeää olisi, että kumppanin kanssa olisi kokemusta yhteisistä tuotannoista (Kallio, 2016), jolloin pystyy varautumaan tuleviin haasteisiin huomattavasti tehokkaammin.

Dolenc kuvailee ideaalia kumppania lokaaliksi operatiiviseksi henkilöksi, joka haluaa toteuttaa tapahtuman viejän visiota. Kumppanin lisäksi tarpeen olisi enkeli; raskaasti verkostoitunut henkilö ja ensimmäiset partnerit, jo ennen toimenpiteitä. Lopuksi entiteetti, joka ymmärtää lait ja on tehnyt isoja teknisiä toteutuksia. Heillä on myös valmis tapahtuman tuottamiseen vaadittu verkosto ja alihankinta. Viranomais-suhteet ovat etu.

Oman kokemuksen ja haastatteluiden pohjalta olen tehnyt johtopäätöksen, että kumppanit kulttuurin alalla löytyvät usein henkilökohtaisten suhteiden ja oman verkoston kautta. Kallio kuitenkin huomauttaa, että henkilökohtaista suhdetta tärkeämpää on kumppanin ammattimaisuus. Vielä parempi, mikäli yhteistyötä on harjoitettu onnistuneesti aiemminkin. Henkilökohtaisen suhteen ongelma saattaa olla liiketoimintaan kuuluvan kurin mahdollinen puuttuminen suhteesta.

Kumppaneita on tarjolla yllättävän paljon, varsinkin kehittyvissä maissa. Usein ongelma on löytää potentiaaliset kumppanit heidän joukostaan.

Toteutetun pilottihankkeen kumppani on hyvä esimerkki kehittyvän maan innokkaasta ehdokkaasta. Tilaaja ei ole aiemmin tehnyt yhteistyötä kumppanin kanssa ja suhde on muodostunut henkilökohtaisesti Suomen emotapahtumassa. Kumppania ei tunnettu entuudestaan, nimeltä kuitenkin teatterin ja tanssin kentältä tuttu – hieman kyseenalaisena hahmona tunnettu. Ihmisenä ja seuramiehenä kumppani on mitä parhain, mutta jo vierailu marraskuussa 2015 osoitti huolestuttavia merkkejä kumppanin ammattimaisuudesta. Palavereihin tultiin myöhässä, sovitut asiat eivät tapahtuneet eivätkä fasilitetit olleet puhutun laisia. Varsinaista tietoa kumppanin verkostoista ei ollut, mutta valtiotason partnerin saaminen mukaan lisäsi uskoa kumppaniin.

Profilointi

Olen profiloinut tilaajan kumppaniehdokkaita, joiden kanssa neuvottelut ovat jo pitkällä (Taulukko 3). Profilointitaulukon kysymyksiin vastaamalla meidän pitäisi saada idea, millaisia ovat mahdolliset kumppanimme ja miten heidät tavoittaa. (Nuori yrittäjyys, 2016)

#	NIMI	IKÄ (vuosikymmen)	SUKUPUOLI	KAUPUNKI	MAA	TYÖPAIKKA	KOHTAAMISPAIKAT	KONTAKTI	VERKOSTO
1	Mohamed A Kareem	40	M	Cairo	EGYPT	Manethon Foundation for Childrens Theatre	Esittävän taiteen tapahtumat	ACCAC 2015 Tampere	VALTIO, YRITYKSET
2	Tony Kim Taewon	40	M	Iksan	KOREA	Samdong International	Esittävän taiteen tapahtumat	Taivex - vientivalmennus 2009	VALTIO, KESKUKSET
3	Reiji Ray Kojima	30	N	Tokyo	JAPAN	Ministry of Foreign Affairs	Esittävän taiteen tapahtumat	ISPA Congress 2012	VALTIO
4	Mr. Che	50	M	Seoul	KOREA	IEUM Center	Esittävän taiteen tapahtumat	Taivex - vientivalmennus 2009	VALTIO, KESKUKSET
5	Queng Reyles	40	N	Manila	PHILIPPINES	PETA Theatre	Aasian esittävän taiteen tapahtumat	Performance visit 2014	JULKISUUS, YRITYKSET
	YLEISTYS	40	-	Suuri kaupunki	Kehittyvät maat	Keskus tai järjestö	Esittävän taiteen tapahtumat	Henkilökohtainen	Valtiotason verkosto tai vakuuttava yritysverkosto

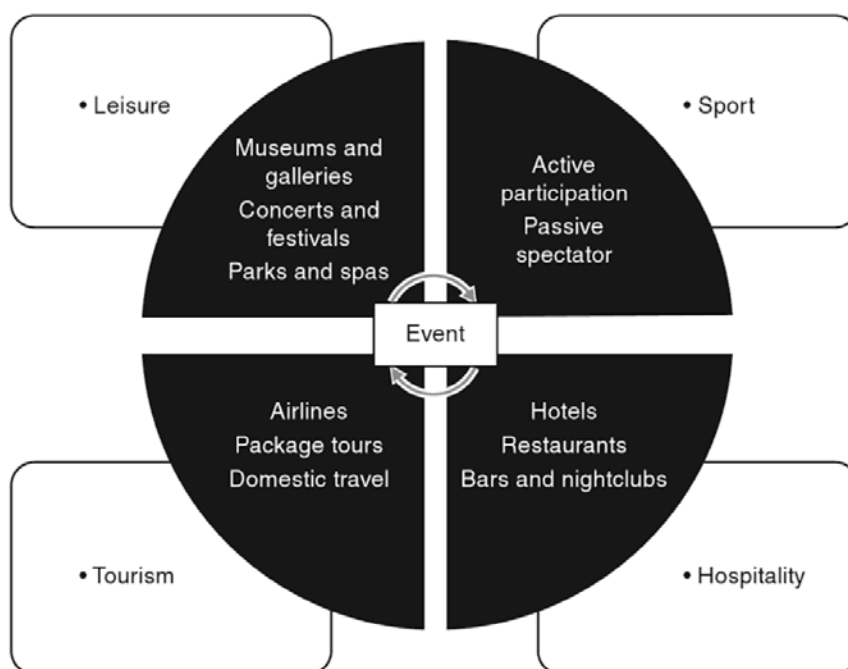
Taulukko 3. Profilointitaulukko

Profilointitaulukosta hahmottelisin mahdolliseksi kumppaniksemme henkilön, miehen tai naisen, jolla on pitkä työura kulttuurin ja mahdollisesti marginaaliryhmien parissa. Hän sijaitsee kehittyvässä maassa, isossa kaupungissa ja kiertää lähellä olevia esittävän taiteen tapahtumia. Toiminta on suurella todennäköisyydellä valtioiden rahoittamaa, suhteet ovat hyvät kotimaan valtiotason henkilöihin ja maan rahoitusmahdollisuudet ovat hyvin tiedossa. Joissain tapauksissa asiakkaamme voi olla business – orientoitunut, joten silloin toiminnassa on vahvasti läsnä yleishyödyllinen tarkoitus. Valtiotaso saattaa vastavalmistuneelle tuottajalle kuulostaa kaukaiselta, mutta oman kokemukseni mukaan samalla tavalla toimitaan, kuin kenen tahansa muunkin kanssa – vain tietyn protokollan mukaisesti. Kaikkia kumppaneita tulee lähestyä rohkeasti, eikä antaa suurenkaan mahdollisen kumppanin sanella ehtoja. Huonoa kohtelua ei tarvitse sietää vaan siirtyä seuraavan potentiaalisen kumppanin luokse, tällöin edelli-

nen asiakas ei voi koskaan tietää mitä menetti. Toteuttajia maailmasta löytyy, mutta originaaleja toimivia ideoita huomattavasti vähemmän. (Reese 2011, 220).

Kansainvälisen tapahtuman houkuttimet valtiotasolla

Eräs asia, jota en ollut tullut ajatelleeksi ennen tutkimusta, on valtava hyöty mitä onnistunut kansainvälinen tapahtuma tuo kohdemaahan, ja eritoten kaupunkiin. Yksi benchmarkkaamistani tapahtumista on nostanut tämän hakulomakkeeseen laskelmana verotuloista ja turismista, joita tapahtuma generoi.



Riippuvaisten sektorien suhteet (Robinson, Wale, Dickson 2010, 20)

Tapahtuman vieraat käyttävät paikallisia palveluja ja saattavat osallistua myös muihin tapahtumiin vierailunsa aikana. He voivat vuokrata auton tai käydä läheisissä turistikohdeissa. Kaikki tällainen toiminta tuo suoran vaikutuksen paikalliseen talouteen ja voi olla hyvä kulma, jolla lähestyä yhteistyökumppaneita. (Robinson, Wale, Dickson 2010, 20)

6.5. Aloittaminen

Tapahtuman vieminen on jo pitkällä, mikäli kaikki edellä mainitut asiat ovat otettu huomioon. Organisaatiolla on resursseja, omalaatuisella tapahtumalla on kansainvälistä nimeä ja kiinnostusta, tapahtuma tai sen osia on selkeänä kokonaisuutena vähintään tuottajan päässä ja sopiva kumppani on löytynyt. Miten edetään?

Markkinatutkimus

Dolencin ja havaintojeni mukaan myös alueellisesti tapahtumavientiä tulisi miettiä tarkkaan. Vaikka kumppani olisi innokas ja ammattitaitoinenkin, ei kohteen infrastruktuuri välttämättä riitä tapahtuman toteuttamiseen – etenkin kun tilaajan tapahtuman tulisi olla täysin esteetön. Onko kohdekaupungissa tarvittava infrastruktuuri tilaajan koko luokan tapahtuman järjestämiseen ja onko nämä verkostot paikallisen kumppanin käytössä.

Flow Festival tekee markkinatutkimusta, myös ulkoistetun avun kanssa. Ennen viennin harkitsemista tulisi siis selvittää onko tapahtumalle oikeasti kysyntää. EARS toimii tarvelähtöisesti eli kun kysyntää on, kumppani on hyvä ja infrastruktuuri riittää, voidaan tapahtuman vieminen aloittaa.

Slush painottaa toimintansa sinne, missä heillä on mahdollisuus tehdä mahdollisimman suuri vaikutus mahdollisimman lyhyessä ajassa. Kuitenkaan pelkkä kysyntä ja ympäristö eivät riitä, jos yhteiskunnassa on jo Slush:n tavoitteena olevia rakenteita; tukea tuleville yrittäjille, jotka valloittavat maailman. Myös arvot voivat vaikuttaa päätökseen tapahtuman viennistä.

ISPA taas vaatii kumppanilta ennakkoselvityksen infrastruktuurista, ehdotetuista tiloista ja ohjelmasta, sekä kaupungilta kirjeen, että tapahtuma on tervetullut.

Ensimmäiset askeleet

Kun sopiva kumppani on löytynyt ja alue on todettu sopivan tapahtumalle, on vuorossa tapahtuman tuotannon aloittaminen. Pilottihankkeen aloittaminen Egyptissä tapahtui seuraavasti:

1. Markkinointi tavoittaa verkostosta avainhenkilön (Tammikuu 2015)
2. Avainhenkilön vieraileminen emotapahtumassa (Maaliskuu 2015)
3. Alustavan kiinnostuksen ilmaisu tilaajalle (Maaliskuu 2015)
4. Ensimmäiset neuvottelut sähköpostitse (Huhti-toukokuu 2015)
5. Aiesopimus tapahtuman valmistelujen aloittamisesta (Syksy 2015)
6. Kumppanin partnerihankinta
7. Kumppani saa mukaan valtiotason partnerin
8. Kutsu tutustumaan paikalliseen fasilitointiin (Marraskuu 2015)
9. Vierailu ja jatkoneuvottelu kumppanin kanssa (Marraskuu 2015)
10. Yhteisen ehdotuksen jättäminen valtiotason partnerille (Marraskuu 2015)
11. Yhteistyön pilottihanke, esitysvierailu Egyptiin (Joulukuu 2015)
12. Turhautuminen ja kulttuurierot (Joulukuu 2015)
13. Yhteistyön pilottihankkeen peruminen (Joulukuu 2015)
14. Kuukausien hiljaiselo ja satunnaiset yhteydenotot
15. Sopimuskiistat (Maaliskuu 2016)
16. Kumppanin ja partnerin kutsuminen emotapahtumaan (Kesäkuu 2016)
17. Turhautuminen ja kulttuurierot
18. Kumppanin ja partnerin vierailu emotapahtumassa (Elokuu 2016)
19. Jatkoneuvottelut sähköpostitse (Elokuu 2016-)

Pilottihankkeen myötä selväksi tulleet kulttuurierot tulisi myös ottaa huomioon aluetta valitessa. Suomalainen työtapo voi tuntua törkeältä kulttuureissa, joissa ollaan totuttu asioiden hitaampaan etenemiseen, joka voi joissain tapauksissa olla myös hyvin perustelua. Esimerkiksi Filippiineillä ja Kairossa julkinen liikenne on olematonta ja ruuhkat kestävät ison osan päivästä. Se, että palaveri siirtyy kahdella tunnilla tai päivällä, on arkipäivää, kun taas meillä pulssi nousee 5 minuutin kohdalla. Tärkeintä on pitää mieli avoimena ja yrittää ymmärtää syyt toiminnan takana.

6.6. Rahoitus

Haastatteluiden pohjalta kävi ilmi, että ulkomailla olevien tapahtumien rahoitus on vahvasti partnereiden harteilla. Slush:n tapauksessa budjetoinnissa on käytetty ulkopuolista rahaa jopa 95% ja itse tapahtuman lipputuotot vain 5%.

Itse kongressin osalta, löysin nopeasti yhtymäkohtia benchmarkkaamalla muiden alan toimijoiden kanssa. Huomasin myös, että aiemman tapahtuman hinnat ovat huomattavasti vastaavia halvempia. Suurin osa tapahtumista ei kotiudu yhteen paikkaan, vaan aktiivisesti etsii uusia mielenkiintoisia kohteita tapahtumilleen.

Kansainvälistä toimintaa ajatellen rahoituksen pitää kattaa tapahtumien lisäksi yritystoiminnan pyörittäminen ja yrittäjän eläminenkin.

Peruskysymykset ovat:

- Riittävätkö omat rahat?
- Tarvitsetko vierasta pääomaa (lainaa tai vakuutta saadaksesi lainaa)?
- Onko yritystoimintasi aloittamiseen saatavissa vastikkeetonta rahoitusta (avustuksia yms.)?
- Onko sinulla omia vakuuksia? Jos on, oletko valmis laittamaan omia vakuuksia (esimerkiksi asuntosi) yritystoiminnan vaatiman rahoituksen vakuudeksi? (Yrittäjät, 2016)

Yritystoiminnan tulisi kattaa kolmen avainhenkilön, Paakkunainen, Mustalahti ja Kovalainen, eläminen yrityksen kasvun takaamiseksi. Omaa rahaa yhdistyksellä tai yrityksellä ei ole, mutta Opetus- ja kulttuuriministeriön avustuksen turvin voimme työskennellä vuoden 2017 syksyyn. Sinä aikana toiminta tulisi saada sille tasolle, että perustoiminta olisi turvattu jatkuvalla tuottavalla toiminnalla.

Kassavirran hallitsemiseksi kenenkään ei tulisi liikkua kansainvälisissä tuotannoissa, ennen kuin raha on tilillä. Rahoitus tulisi porrastaa tapahtuman tuotantovaiheiden kanssa (Karjalainen, 2016)

ACCAC jäsenyys tulonlähteenä

Monet isot toimijat myyvät jäsenyyksiä, joilla pääsee käsiksi toimijoiden verkostoon ja on oikeutettu jäsenhintaisiin tuotteisiin, esimerkiksi julkaisuihin, pääsymaksuihin, koulutuksiin jne. EARS on myös suunnitellut jäsenyysmallia omaan toimintaansa. Monilla

toimijoilla on käytössä porrastettu jäsenmaksu; liikevaihto tai tulotaso määrää maksun suuruuden.

Hinta asiakkaalle

Tapahtuman hintaa on nostettava, että se pysyy kokoluokassaan uskottavana kongressina. Toisaalta huokea hinta on myös eräänlaista saavutettavuutta. (Mustalahti, Kovalainen 2016) Tähän ratkaisuksi sopisi myös edellä mainittu porrastettu maksu.

Tapahtuman hinta

Konseptissa on paljon hinnoiteltavaa ja niitä on hankala suhteuttaa. Erään kongressitapahtuman lisenssisopimuksessa määritellään alkumaksu 15 000 USD ja itse tapahtuman kulut 75 000 USD. Toisessa tapahtumassa alkumaksua ei ole, mutta tapahtuman arvioidut kulut ovat 1 000 000 USD ja laskelmassa, joka tapahtumalicenssin hakijoille lähetetään, arvioidaan kuinka paljon tapahtuma tuo valtiolle verotuloina. Nämä toimijat ovat olleet alalla kymmeniä vuosia, joten heidän konseptinsa ja hinnoittelunsa varmasti pohjautuu kokemukseen. Tilaajan on vaikea tässä tilanteessa arvioida omia tuloja ja menoja, kun yhtään tapahtumaa ulkomailla ei ole tehty. Yhteistuotanto ratkaisisi hinnoitteluhaasteen.

Mikäli hinnastoon päädytään, tulee sen pohjautua edellisten tavoin todellisiin kuluihin, joiden päälle olisi mahdollista lisätä muita maksuja; alkumaksu, rojalti ja/tai minimirojalti. Pienemmät osat tapahtumasta on toki helpompi hinnoitella, joista voidaan lähteä rakentamaan kokonaisuutta.

Esimerkkitilanne

Japanin ulkoministeriö on sopinut kanssamme ACCAC Festival & Congress –tapahtumasta ja olemme siirtyneet alkuselvitykseen. Ennakkotietoihin tapahtuma-alueesta pohjautuen annamme hinta-arvion alkuselvityksen toteuttamisesta.

PERUSTE	KPL	á	YHTEENSÄ
----------------	------------	----------	-----------------

Kirsi Mustalahti, alkuselvitystyö	80 h	32€	2560€
Lennot Hki-Tokyo-Hki	2	1000€	2000€
Päivärahat Tokyo	10	60€	600€
Majoitus	9	80€	720€
Raportin koostaminen ja kust. arvio	1	1000€	1000€
YHTEENSÄ			6880€

Hinta-arvio hyväksytään ulkoministeriön toimesta, 50% summasta siirretään ennen lähtöä ja 50% kun työ on suoritettu.

Esimerkkitilanteen kaltaisesti toimitaan kaikkien vaiheiden kanssa, joka on läpinäkyvää ja luottamusta herättävää. Samoin me emme tee turhaa työtä, sillä maksut ovat lähtökohtaisesti etupainotteisia (Karjalainen, 2016)

Sponsorointi ja yhteistyökumppanit

ACCAC on hyvinvointitapahtuma, mikä varmasti kiinnostaa monia suuria yrityksiä osana heidän brändiään. Yksi sponsoroinnin ja yhteistyön tärkeimmistä yksityiskohdista on yhteistyön laadun varmistaminen. Toinen kulmakivi on yhteistyö, jossa kumpikin osapuoli saa merkittävää hyötyä. Pitämällä yhteistyöosapuolet tyytyväisenä, voi varmistaa yhteistyön jatkuvuuden.

Kansainvälisessä toiminnassa globaalinäkyvyys ja aktiivinen toiminta voisi tuoda ympärivuotisia kumppaneita. Kumppanit maksavat alkumaksun, jolla he pääsevät osaksi ACCAC:n tukijoita. Alkumaksu vaihtelee toiminnan laajuudesta muutamista satasista satoihin tuhansiin ja siitä ylöspäin. Alkumaksun lisäksi sovitaan erikseen hinnoista ja ehdoista näkyvyydestä tapahtumissa ja tilaisuuksissa.

Muiden muassa Microsoft maksoi NFL:lle (National Football League, US) kumppanuudesta 400 000 000 USD (Laird, 2016), joka ei sitten valitettavasti mennyt putkeen. Uskon, että alkumaksun lisäksi Microsoft on myös teettänyt itse mainoksensa ja toimittanut omasta varastostaan Surface -laitteet.

Ensimmäinen potentiaalinen kumppanimme kansainvälisessä markkinoinnissa on suomalainen hyvinvointi-innovaatio EXERIUM, joka valmistelee aivoja stimuloivia tuotteita, joilla pystyy kehon liikkeillä pelaamaan erilaisia pelejä. Heille olemme määrittäneet aloitusmaksuksi 75 000 EUR kahden vuoden ajaksi ja lisäksi määritelleet tuleville tapahtumillemme omat hinnat.

Tapahtumiin sisältyvät tuotteet

Edellä mainittujen tapojen lisäksi tilaaja voi myös kaupata yhdistyksen ja yrityksen osaamista tapahtumien yhteyteen. Osakeyhtiö voi tarjota myös tuotantopalvelua, josta veloitetaan erikseen, koska tähän löytyy osaaminen.

Tilaajalla on myös suuri mahdollisuus tarjota suomalaisille hyvinvointi-innovaatioille jalansijaa ulkomaisilla markkinoilla. Tilaaja voisi suoraan ehdottaa suomalaista palveluntarjoajaa esteettömyyskartoitusta tehdessään, esimerkiksi KONE:ta uuden hissin toimittamiseen.

Esimerkkitilanne A.

Olimme tekemässä alkuselvitystä ACCAC Festival & Congress -tapahtumalle Kairossa, Egyptissä. Microsoft oli rakennuttanut kaupungin keskellä sijaitsevaan Gazira-saareen nuorten toiminta-alueen, joka oli täysin esteetön. Tänne suunnittelimme tulevaa tapahtumaa. Kävimme kuitenkin tutustumassa myös alueen hotelleihin, sillä kansainväliset vieraat tarvitset myös majoitusta. Yksikään alueen hotelleista ei ollut saavutettava, mm. hissejä puuttui. Jos olisimme yhteistyössä KONE:en kanssa, voisimme suositella raportin yhteydessä hissitoimittajaksi suomalaista yritystä.

Lisäksi, vaikka paikallinen kumppani järjestää festivaalin ohjelmiston pääpiirteittäin itse, voimme tarjota jo kongressin mukana kulkevia artisteja esiintymään myös festivaalin puolelle. Artistit ja puhujat voivat myös järjestää erilaisia työpajoja ja tapaamisia paikallisten kanssa, joissa osakeyhtiö toimii välittäjänä.



Tutustumiskierros Al Gazira Park, Cairo, Egypti (kuva: Sasu Paakkunainen)

6.7. Paikallinen tuotanto

EARS ja Slush tuottavat tapahtumansa kokonaan paikallisin voimin. EARS hoitaa konsultoinnin ja kuratoinnin Suomesta ja lähettää vain yhden tai kaksi edustajaa valvomaan laatua. Slush toimii isommassa mittakaavassa, mutta samoin periaattein. Tämä on yleinen käytäntö alalla, järjestään jo siitä syystä, että työryhmän lennättäminen ja majoittaminen ovat valtava kustannus. Nykyään teknologia antaa myös uudenlaiset mahdollisuudet valvoa laatua Suomesta.

6.8. Jatkuvuus

Kannattavuus on toiminnan jatkumisen edellytys, ja sen kanssa monet kulttuuritoimijat painivat. Kuinka saada tapahtuma omavaraiseksi ja kehittyväksi? Kaikki haastattelutavat valvovat laatua ja ovat suojanneet tuotemerkkinsä ulkomailla, ettei rakennettua brändiä voida käyttää väärin. Korkea laatu ja laaja verkosto ovat avainasemassa tapahtuman elinkaarelle. Laatu on myös asia, joka partnereita/sponsoreita kiinnostaa, he haluavat tietenkin olla esillä vain positiivisissa yhteyksissä.

Nyky-yhteiskunnassa tuotteet ja palvelut tuotetaan useista eri toimijoista muodostuvissa verkostoissa. Koko verkoston toimintakykyä parannetaan jokaisen verkostoon kuuluvan organisaation omaa toimintavarmuutta kehittämällä. (Kinkki, Isokangas 2009. 52)

Tulevaisuudessa tavoitteena ulkoistaa mahdollisimman paljon omaa työpanosta prosessista ja siirtyä käyttämään alihankkijoita, joka antaa mahdollisuuden kasvattaa kansainvälistä toimintaa pidemmälle.

6.9. Ketjuttaminen

Se, että tapahtumakonseptin antaisi ulkopuolisen käsiin toteutettavaksi todettiin tutkimuksessa hyvin hankalaksi. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö pienempiä osia tapahtumasta voisi konseptoida ja antaa ulkopuolisille toteutettavaksi. Toiminnan ketjuttaminen ei myöskään tulisi onnistumaan tilaajan nykyisin resurssein, joten tilaajan on laajennettava toimintaansa ennen kuin ketjutus tulee ajankohtaiseksi. Haluan kuitenkin avata tutkimiani liiketoiminnan mallien mahdollisuuksia ja mitä haasteita kulttuurin alalle siirtäminen toisi.

Franchise-malli antaa liikaa valtaa ulospäin, jolloin meidän täytyisi myös aktiivisesti olla seuraamassa, että yrittäjä seuraa pitää yllä laatua sekä toimii koko ketjun etua ajatellen. Toimimme monissa maissa valtiotasolla ja uuden valtiollisen franchise-yrityksen perustaminen kuulostaa raskaalta ja vaivalloiselta projektilta.

Lisensointi on kiinnostava vaihtoehto yrityslaajennusta ja ketjuuntumista silmällä pitäen. Lisenssi antaa tilaajalle vallan kehittää ja hinnoitella tuotetta, vaikka jokaisen kansainvälisen tapahtuman myötä parempaan. Lisenssi ei sido meitä kehenkään yhteistyökumppaniin, ja voimme lakiteknisesti valmistella tuotteen niin, että halutesamme voimme keskeyttää lisenssin alla tapahtuvan toiminnan. Kuitenkin edellä mainittu ongelma konseptin yksiselitteisestä kirjallisesta ohjeistuksesta tapahtumien kohdalla vaikeuttaa lisensoinnin toteuttamisen järkevästi. Toki tilaajan tulee tätä harvita tulevaisuuden toimintamallina.

Yhden omistajan malli on siis ainoa jäljelle jäävä vaihtoehto ja ehdottomasti kaikista yksinkertaisin. Organisaatio, alustava rahoitus ja toiminnan muut edellytykset ovat jo olemassa.

7. TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Tutkimustuloksien pohjalta ehdotan tilaajalle seuraavia toimenpiteitä toiminnan laajentamiselle ja tapahtumien viennin aloittamiseen.

7.1. Organisaatiomallin muuttaminen

Esteetön taide ja kulttuuri ry jatkaa toimintaansa ja keskittyy päätapahtuman kehittämiseen. Esteetön taide ja kulttuuri ry tehdään tunnetummaksi kansainvälisellä nimellä ACCAC International ja se toimii katto-organisaationa kansainväliselle toiminnalle.

Liiketoimintamalli

Liiketoiminnan perusajatus ACCAC Oy markkinoi kansainvälisesti ja hakee yritysrahoitusta Suomalaisen osaamisen viejänä. ACCAC Oy tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden esitellä tuotteitaan kasvaviin valtioihin ja tarjoaa verkostojensa kautta jalansijaa uusilla markkinoilla.

ACCAC Oy järjestää aktiivisesti tapahtumia ulkomailla asiakkaidensa tuotteiden esitlemiseksi positiivisessa yhteydessä vastaten asiakkaan tarpeisiin ja sillä pyritään kannattavaan liiketoimintaan. Tätä tarvetta tyydyttäessä tilaaja ei toimi satunnaisesti. Alla hahmotelma yrityksen peruspilareista. (Kinkki, Isokangas 2009. 49)

MITÄ	Hyvinvoinnin edistämistapahtuma ja liitännäiset tuotteet
KENELLE	Kehittyville maille ja tarpeen määrittämänä
MITEN	Tapahtumien ja verkostoitumisen kautta
IMAGO	Ammattitaitoinen yhteiskunnallinen tarvelähtöinen toimija

7.2. Emotapahtuman kehittäminen

Emotapahtuma tulisi kehittää kansainväliselle tasolle myös tuotannollisesti. Sen tulisi saavuttaa vahva jalansija ulkomailla ja synnyttää kiinnostus potentiaalisissa kumppaneissa. Tämä on jo osin tehty, joten työtä tulee jatkaa määrätietoisesti ulkomaiden tapahtumien kustannuksella, mieluummin kuin keskittyä ulkomaiden tapahtumiin.

Näkyvyys ulkomailla

Ulkomailla tulee kuitenkin jatkuvasti pitää yllä preesensiä, että tapahtuman kiinnostus ja ajankohtaisuus pysyvät yllä, sekä tulevaisuuden avainhenkilöt saadaan innostettua mukaan. Suomen ulkopuolella näkyminen on myös asiakashankintaa emotapahtumaan.

Erilaiset kutsuvierastilaisuudet on mahdollista liittää yhteen jonkin suuremman tapahtuman kanssa, jossa avainhenkilöt olisivat joka tapauksessa. Lisäksi tapahtuman ympärillä olisi hyvä olla muutenkin kiinnostavaa toimintaa, kuten museoita, keskuksia ja esityksiä.

Ehdotan tilaajalle laadukkaiden pr-tapahtumien järjestämistä siellä missä tapahtumalla on jo tunnettuutta.

PR-tapahtuman konsepti

ACCAC Internationalin tulisi julkaista oma PR-tapahtumansa: ACCAC International Carneval on kevyt tapahtumakonsepti, jonka voi joko yhteistyössä kumppanin tai projektirahoituksella toteuttaa maissa, joissa kiinnostusta on olemassa. Konsepti on kuin ACCAC Festival & Congress pienennetyssä koossa. Tämä konsepti on pilotoitu onnistuneesti Tampereen Sorsapuistossa 12.8.2016.

Päivän mittainen karnevaali juhlii kulttuurin monimuotoisuutta ilmaisen yleisötapahtuman muodossa. Sisältöinä ACCAC esittely, 1-3 kansainvälistä puhujaa ja rahoituksesta riippuen työpajatoimintaa, karnevaalikulkue, musiikkia ja kansainvälisiä esiintyjä. Tampereen tapahtumaan on myös yhdistetty sävellystyöpaja, jolla tehdään ACCAC tunnuskappale.

ACCAC International Carneval on loistava paikka järjestää tiedotustilaisuus tulevasta tapahtumasta, tai järjestää yhteyteen esimerkiksi kansainvälinen tapaaminen yhteistyökumppaneiden ja rahoittajien kanssa.

7.3. Tapahtuman konseptointi

Tässä vaiheessa en suosittele keskittymään tapahtuman konseptin kirjalliseen muotoon tai brändikirjan luomiseen, koska vielä pitkään tapahtumat tullaan tekemään yhteistuotantoina ja niiden sisältö elää toimintaympäristön sekä kumppanin mukana. Konseptointia jatketaan tekemällä onnistuneita tapahtumia, sekä uusia laadullisesti

emotapahtuman vertaisia pilotointeja yhteistyössä ulkomaisten kumppaneiden kanssa.

Koko tapahtuman konseptoimisen sijaan tilaajan tulee keskittyä pienempiin kokonaisuuksiin, jotka ovat helpommin tuotteistettavissa, ulkoistettavissa ja jätettävissä tuotamaan rahaa sitä tarvitseviin toimintoihin.

Vientituotteet

Tilaajan toiminnasta voi tuotteistaa ainakin saavutettavuuden ammattitaito ja ammattitaitelijat, joille voimme se silta ulkomaille jota he ovat toivoneet. Tilaajan verkosto mahdollistaa viennin lisäksi myös tuonnin.

Esteettömyys ja saavutettavuus kartoitus

Tämä on tuote joka tilaajan tulisi joka tapauksessa sisällyttää tapahtumansa yhteyteen, sillä alueen tulee olla saavutettava saavutettavaa tapahtumaa varten. Alue kartoitetaan saavutettavuuden osalta ja tehdään ehdotukset, kuinka parantaa saavutettavuutta tulevaisuudessa.

Esteetön taide ja kulttuuri ry:llä on mahdollisuus joko itse, tai yhdessä Suomen verkoston kanssa, kouluttaa niin kutsuttuja saavutettavuuden lähettiläitä. Vastaavaa toimintaa löytyy esimerkiksi Kulttuurikaikille –palvelulta (Kulttuurikaikille, 2016)

Nämä palvelut sijoitetaan helposti löydettäväksi ACCAC International –nettisivujen alle, sekä niitä on yksinkertaista markkinoida kutsuvierastilaisuuksissa, ACCAC –tapahtumissa ja vastaavissa asiakastapaamisissa.

ACCAC Culture - consultation and management services

Mustalahti on Aasian verkostoissaan arvostettu Pohjoismaiden edustaja. Aasian toimijat ovat valtavat kiinnostuneita länsimaisesta kulttuurista ja heillä on myös erilaisia

rahoitusmahdollisuuksia esiintyjien tuomiseen festivaaleille esiintymään ja vetämään työpajoja (Mustalahti, 2015).

ACCAC Oy toimisi välittäjäorganisaationa Pohjoismaiden ja Aasian kulttuurille. Pie- nellä vaivalla, koska molemmat toimintakulttuurit ovat tuttuja, on mahdollista saada yritykselle lisätuloa, vahvistaa yhteistyötä joidenkin toimijoiden kanssa ja lisätä taiteili- joiden liikkuvuutta.

Esimerkkitilanne

Souliin aukeaa kesäkuussa 2016 Aalto yliopiston ja soulilaisen yliopiston yhteishanke Finland Tower – tornitalo, joka palvelee suomalais- korealaista yhteistyötä. Avajaisiin etsittiin sopivaa ohjelmaa ja Mustalah- tea konsultoitiin mahdollisista esiintyjistä.

Mikäli esiintyjä yrityksen kautta välitetään Koreaan, voi yritys ottaa perustellusti alal- la, myös kansainvälisesti vakiintuneen 15% välityspalkkion.

7.4. Kumppanien löytäminen

Tilaajan tulee jatkaa ensisijaisesti toimintaa niiden kumppaneiden kanssa, jotka ovat osoittaneet pystyvänsä tuottamaan laadukkaita, kokoluokaltaan vastaavia, tapahtu- mia. Tällaisia kumppaneita Tilaajan verkostosta löytyy vain Etelä-Koreasta. Mikäli kumppanit ovat hyvin saman tasoisia, tulee tilaajan valita se kumppani, jonka arvot ovat lähimpänä tilaajan omia.

Tuntemattomat kumppanit, tai kumppanit ilman näyttöjä kyvyistään, voivat aiheuttaa mainehaittaa, jonka korjaaminen vie huomattavasti enemmän aikaa kuin positiivisen maineen rakentaminen hallittavin keinoin.

Tilaajan tulee lähestyä yhteistyökumppaneita sinne missä kiinnostus ja tarve on suu- rinta, Aasiaan. Yhdessä kumppaneiden kanssa rakennetaan toiminnan edellytykset. Ajan ja resurssien vapautuessa kumppanihakintaa tehdään oman ja olemassa ole- vien kumppanien verkoston kautta. Mahdollisella kumppanilla tulee olla todellinen kiinnostus konseptiin ja vahvat taustatekijät.

7.5. Perustoiminnan rahoitus

Perustoiminnan rahoituksen pohjana tulee toimia julkinen rahoitus ja siitä vastaa yhdistys ACCAC International. Jäsentoiminnan kehittäminen tuo mahdollisuuden kerätä rahoitusta jäsenistöltä, joka tulevaisuudessa voi korvata julkisen rahoituksen perustoiminnan rahoituksessa, jolloin julkinen rahoitus voidaan siirtää projektirahoitukseksi.

Yrityksen toiminta rahoitetaan starttirahalla, jonka jälkeen ACCAC International tukee toimintaa, kunnes liiketoiminta on omavaraisella tasolla. Liiketoiminta tähtää välittömästi voitolliseen toimintaan konseptin osa-alueiden tuotteistamisella ja myymisellä suoraan olemassa olevaan verkostoon.

Emotapahtuman rahoituksessa tulee tukeutua vahvasti partnerirahoitukseen. Kaikki julkinen raha otetaan vastaan, mutta omavaraisuuteen pyritään myös emotapahtuman kohdalla.

Ensimmäisenä vuotena ulkomaiden tapahtumissa vaaditaan kaupunki- tai valtiotason kumppani, joka tulisi takaamaan tapahtumasta syntyvän riskin tai maksamaan suoraan tapahtuma konseptista. Benchmarkissa vastaavankokoinen kongressi on International Society for the Performing Arts – ISPA, joten ehdotan alkumaksuksi saman suuruusluokan maksua, noin 15 000 USD, jolla alkutuotanto käynnistyy ilman riskiä ja yhdessä kumppanin kanssa arvioida kustannukset tarkemmin.

Tämän jälkeen etsitään pienempiä kumppaneita. Partnereita ulkomaiden tapahtumiin haetaan yhdessä paikallisen kumppanin kanssa.

Emo- ja ulkomaiden tapahtumien lipputuotteiden hinnat nostetaan kansainväliselle tasolle, mutta porrastetaan esteettömyyden toteutumiseksi.

Sponsorointi

Koko toiminnalle etsitään 1-2 globaalia partneria, joka rahoittaisi tulevaisuudessa kansainvälistä toimintaa. Yhteistyökumppanien ja sponsoreiden pakettien hinnoitteluun käytämme Sami Kovalaisen vuosien kokemusta nimenomaan tapahtuma-alalta.

Perusvalmistautuminen sponsorien lähestymiseen ja ajatuksia tilaajalle:

- Tutustu yritykseen; taustaan, imagoon, tavoitteisiin ja toimintaperiaatteisiin
- Mitä apua toivot yritykseltä?

Rahallinen tuki, liikkuvuustuki, tiedotustuki

- Mitä pystyt tarjoamaan yritykselle?

Kansainvälinen verkosto ja näkyvyys positiivisessa yhteiskunnallisessa yhteydessä

- Selvitä keneen olla yhteyksissä sponsorointi- ja yhteistyöasioissa.

Aina niin korkealle hierarkiassa kuin mahdollista

- Liitä hakemusta tukeva CV tai printti-/verkkoportfolio
- Osoita innovatiivisuutesi listaamalla tulevia tapahtumia tai kontakteja.

Tätä varten ulkomaiden kutsuvierastilaisuudet ja pr-tapahtumat ovat hyvää kansainvälistä ympärivuotista toimintaa

- Osoita motivaatiosi miettimällä eri tapoja, miten olla mukana yrityksen toiminnassa
- Mieti miten hyödyntää jo luotuja suhteita ja verkostoja
- Mieti myös miten hyödyntää ammattiosaamistasi tai koulutustasi

Esteettömyyskartoitukset sponsoreille

(Ioanna, 2016)

7.6. Aikataulu ja tulevaisuus

VAIHE 1: Verkostoituminen (syyskuu 2016 – joulukuu 2017)

- Organisaation muutokset
- Emotapahtuman tunnettuuden kasvattaminen kansainvälisesti
- Tuotemerkkien rekisteröiminen ja suojaus kansainvälisesti

- Globaali partnerihankinta
- Kumppanihankinta ja kutsuminen tulevaan tapahtumaan
- ACCAC tapahtumakonseptin kansainvälinen pilotointi Egyptissä
- ACCAC kansainvälinen markkinointi pienemmissä tapahtumilla:
 - Sharjam, Arabiemiraatit 2016
 - PAMS Korea 2016 (Performing Arts Market Seoul)
 - ACCAC kutsuvierastilaisuus PAMS:n yhteydessä Finland Tower, Korea
 - ISPA New York 2017
 - TPAM Japani 2017 (Tokyo Performing Arts Market)
 - Muut hyväksi koetut tapahtumat
- Kumppani Aasiasta tapahtuman toteutukselle
- Avainhenkilöiden kutsuminen tulevaan emotapahtumaan
- Emotapahtuma ACCAC 2017 Enjoy Culture 100, Tampere
- Neuvottelut Egyptin kumppanin kanssa jatkosta, lisävastuun antaminen

VAIHE 2: 2018 →

- Markkinatutkimus uusille alueille ja kumppanihankinta
- Harkinta markkinatutkimuksen ulkoistamisesta ja kansainvälisestä pr -toimistosta
- Jatkuva kansainvälinen verkostoituminen ja brändin vahvistaminen
- ACCAC tapahtumakonseptin toteuttaminen kahdessa uudessa maassa
- Täysi omavaraisuus jäsenistön ja säännöllisesti pyörivien tapahtumien kautta
- Ketjuttamisen tarkempi selvitys, painotuksena lisensointi ja franchise.

Tuttujen kumppanien kanssa on mahdollista siirtyä suoraviivaisempaan toimintamalliin, jossa voimme antaa kumppanille joka vuosi isomman vastuun. Näin tilaajalle vapautuu aikaa ja resursseja keskittyä laajentumiseen.

ACCAC approved -status

Tulevaisuudessa tilaaja voisi tarjota tapahtumille, alueille tai rakennuksille myös ACCAC approved –statusta, joka kertoo tapahtuman saavutettavuudesta tilaajan kriteeristön mukaisesti. Tämä status vaatisi vain tarkastuskäynnin kouluttamaltamme lähettiläältä.

Mallin ajatuksena on koko maailmassa, tai ainakin kohdemaissa, tunnettu hyvän palvelun hyväksyntä. Pienessä mittakaavassa Suomen Joutsen-merkki, joka kertoo, että kyseessä on kotimainen tuote. Tunnetuista sertifikaateista ollaan myös valmiita maksamaan, toki edellytykset täytyy myös täyttää vaikka rahaa olisikin.

Tulevaisuudessa esteettömyydestä kertova ACCAC approved –leima voisi olla esimerkiksi hotelliketjujen, festivaalien, kulttuuritalojen ja jopa valtioiden hamuama.

8. POHDINTA

Aloitin opinnäytetyöni kiinnostuksesta tapahtumien kansainvälistä laajentumista kohtaan. Paljon ulkomailla käyneenä, alkaa turtua kaupunkikuvaan, joka koostuu kansainvälisistä brändeistä: McDonald'seista, H&M, Coca-Cola ja niin edelleen. Ympäröivä maailma sai minut kuitenkin, pohtimaan oman tapahtumakokonaisuutemme laajennusmahdollisuuksia.

Myönnettäköön, että minulla oli jo ennen opinnäytetyön aloittamista vahvat mielipiteet, miten tilaajan tulisi toimintaansa kasvattaa. Tapahtuma tulisi kirjallisesti konseptoida, hinnoitella, myydä ulos kylkiäisten kanssa ja tunnettuuden kasvettua ketjuttaa myös tapahtumien myynti ja tuotanto ulkomaille. Lisäksi ennakkotyön yhteydessä tehdä lisämyyntiä suomalaisille esteettömyyden osaajille, joista tietenkin tilaajalle kuuluisi oma prosenttinsa. Kuitenkin opinnäytetyöhöni syventyessä, ja varsinkin haastattelut tehtyäni, ymmärsin että tapahtuma on aina jossain määrin tekijänsä näköinen. Arvot ja ajatukset tapahtuman tekemisen takana eivät välttämättä siirrykään konseptin mukana ja uusi tuottaja haluaa tuoda omat kujeensa tapahtumaan. Se,

että Slush kierrättää suurimman osan tapahtuman rekvisiitasta ekologisen tapahtumatuotannon nimissä, ei automaattisesti siirry Singaporen tapahtumaan ja sen kanssa voi jopa olla ongelmia, mikäli tarvittavaa infrastruktuuria ei löydy.

Kulttuurialalla järjestelmällinen ulkomaille suuntautuva liiketoiminta on harvinaisempaa taiteenalasta riippumatta. Yhdistystoiminnan yleisyys kulttuurialan käytäntönä voi olla yksi syy siihen. Kulttuurin ja liiketoiminnan yhdistäminen koetaan monesti oudoksi ja joskus jopa vastenmieliseksi ajatusmalliksi. Apurahat ovat merkittävä rahoitusmalli kulttuurialalla. Se on toisaalta ongelmallista; apurahaa saadakseen kulttuuritoiminnan on usein oltava voittoa tavoittelematonta yhdistystoimintaa. Tämä sulkee pois yritysmaailman mahdollisuudet ja nämä kaksi maailmaa ajautuvat erilleen toisistaan. Suomalaiset ovat tottuneet hyvään nykyisen apurahajärjestelmän kautta, mikä on myös maailman mittakaavassa loistava järjestelmä, mutta voi aiheuttaa tietynlaista laiskuutta tai vieraannuttaa mahdollisten kumppanien toimintatavoista. Monesti ulkomailla vastaan tulee pankkien rahoittamia festivaaleja ja tekniikkajättien rakennuttamia liikuntapuistoja. Toinen alan haasteista on se, että kumppanit löytyvät usein henkilökohtaisten suhteiden ja oman verkoston kautta. Verkostojen luomiselle ei oikein ketään voi kouluttaa, kaikki lähtee itsestä.

Lähes vuoden mittaisella toimintamallin ja tuotteiden kehittämisprosessin matkalla lähes itsestään selviltä tuntuvat vaihtoehdot ovat kuihtuneet kasaan ja suuntaa on pitänyt vaihtaa monta kertaa. Haastattelujen perusteella olen tehnyt johtopäätöksen, ettei tapahtuman välttämättä tarvitse olla etabloitunut toimiva kokonaisuus ennen kuin vienti otetaan harkintaan. Toki siitä on hyötyä, mutta kaikki haastateltavat yhtyivät siihen, että tapahtumalla tulee olla kansainvälistä tunnettuutta. Useilla tutkimuksessa tutustumillani toimijoilla on kansainvälisesti noteerattu emotapahtuma ja ulkomailla toimivia satelliittitapahtumia, joilla kasvatetaan toimintaa ja myös ohjataan uusia asiakkaita emotapahtumaan ja sitoutetaan vanhoja.

Onnistumiseen on monta tietä ja toimintaehdotukset, joita tässä työssä Tilaajalle ehdotetaan, on varmasti yksi tie. Kuitenkin suuria kysymyksiä muiden teiden toimivuudesta herää. Tutkimusta suorittaessa huomasin, että myös muita toimintamalleja on harkittava laajentumista suunniteltaessa.

LÄHTEET

EARS. Esittely. [verkkodokumentti]. Viitattu 18.9.2016 <<http://ears.asia/what-is-ears/>>

Finnair. Kohteet. [verkkodokumentti]. Viitattu 16.9.2016.
<<https://www.finnair.com/fi/fi/destinations>>

Flow Festival. Esittely. [verkkodokumentti]. Viitattu 15.9.2016.
<<http://www.flowfestival.com/kumppanit/>>

Hirsjärvi Sirkka, Hurme Helena 1995. Teemahaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Ioanna, Nina. Mistä sponsori – sponsoroinnin abc. Viitattu 8.5.2016
<<http://www.mass.fi/blog/mista-sponsori-sponsoroinnin-abc/>>

Keksintösäätiö. Lisenssisopimus. [verkkodokumentti]. <<http://www.xn--keksintsti-x5aa5uf.fi/lisenssisopimus>> Viitattu 8.5.2016

Kinkki Seppo, Isokangas Jouko 2009. Yrityksen perustoiminnot. Sanoma Pro.

Korjaamo. Esittely. [verkkodokumentti]. Viitattu. 16.9.2016.
<<http://www.korjaamo.fi/fi/tietoa-korjaamosta/esittely>>

Kulttuuria kaikille. Kartoitukset [verkkodokumentti]. Viitattu 15.9.2016.
<http://www.kulttuuriakaikille.fi/tietoa_meista_palvelut_ja_yhteisty_o_kartoitukset>

Laakso, Henri 2001. Franchising. Yrittäjyys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Laakso, Henri 2005. Franchising – Malli yrittäjyyteen ja ketjunrakentamiseen. Helsinki: Oy Edita Ab.

Laird, Sam. Mashable: Microsoft and the NFL's \$400 million marketing fumble. [verkkodokumentti] Viitattu 8.5.2016. <http://mashable.com/2016/01/28/microsoft-surface-nfl-contract/#Xb4GeP_QiPqX>

Licence! Global. TOP 100 Licensors. [verkkodokumentti]. Viitattu 8.5.2016
<<http://www.licensemag.com/license-global/top-100-licensors>>

Niinikoski Marja-Liisa, Sibelius Kaisa 2003. Kulttuuribusiness. Vantaa: Dark Oy.

Nuori yrittäjyys. Markkinointi ja viestintä. [verkkodokumentti]. Viitattu 8.5.2016
<<http://nystartup.fi/tyokalupakki/markkinointi/markkinointi-ja-viestinta/>>

Ojasalo Katri, Moilanen Teemu, Ritalahti Jarmo 2010. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOY Pro Oy

Oma Yritys-Suomi [verkkodokumentti]. Viitattu 22.4.2016.
<<https://oma.yrityssuomi.fi/>>

Opetus- ja kulttuuriministeriö. Kulttuurivienti. [verkkodokumentti]. Viitattu. 18.9.2016.
<<http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/?lang=fi>>

Robinson Peter, Wale Debra, Dickson Geoff 2010. Events Management. CABI

Reese, Harvey 2011. How to license your million dollar idea. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Saavutettavuuden alan asiantuntijat. [verkkodokumentti]. Saatavuus. Viitattu 20.4.2016. <http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_alan_asiantuntijat_yhdistykset_ja_jarjestot>

Slush. Esittely. [verkkodokumentti] Viitattu 18.9.2016
<<http://www.slush.org/about/what-is-slush/>>

Strömman, Kasper 2016. Kaspervisio 2020: 100 ennustusta Suomen tulevaisuudesta. WSOY

Tawast, Minna. Käräjäoikeus tuomitsi Cirkon korvauksiin. [verkkodokumentti]. Viitattu 15.9.2016 <<http://www.teatteritanssi.fi/7990-karajaoikeus-tuomitsi-cirkon-korvauksiin/>>

Tuntematon kirjoittaja 2006. Hiidenkivi: suomalainen kulttuurilehti, Nide 13. Painatuskeskus Oy

Yrittäjät. Rahoitussuunnittelu. [verkkodokumentti]. Viitattu 19.9.2016. <<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/taloushallinto-ja-maksut/rahoitussuunnittelu-316381>>

Haastattelut:

Dolenc, Nicolas. President & Executive Producer, Slush. Syyskuu 2016. Helsinki. Sasu Paakkunainen.

Joenniemi, Jani. Syyskuu 2016. Helsinki. Sasu Paakkunainen.

Kallio, Suvi. Managing director, Flow Festival. Syyskuu 2016. Helsinki. Sasu Paakkunainen.

Suulliset tiedonannot:

Karjalainen, Kari. Juridicus lakitoimisto, Helsinki 2.3.2016

Mustalahti, Kirsi. Tampere. Maaliskuu 2015.

Mustalahti Kirsi, Kovalainen Sami, Paakkunainen Sasu. Aivorihi. Toukokuu 2016. Tampere.

Qi, Hongjia. Elokuu 2016. Helsinki. Sasu Paakkunainen.

Taewon, Tony Kim. Huhtikuu 2016. Iksan, Etelä-Korea. Sasu Paakkunainen

LIITTEET

1. ACCAC Egypt – Connected by Culture proposal
2. ACCAC Festival & Congress – International presentation
3. Haastattelukysymykset

Accessible Arts And Culture

CONNECTED BY CULTURE

CAIRO, EGYPT



**FESTIVAL & CONGRESS
2016 APRIL 14-16**

TABLE OF CONTENTS

WHAT IS ACCAC (ACCESSIBLE ARTS AND CULTURE)	2
ACCAC FESTIVAL & CONGRESS	2
ACCAC LICENCE	4
HOST FOR ACCAC 2016	4
ACCAC 2016 CAIRO, EGYPT	5
PRELIMINARY PROGRAM	7
PERFORMANCE SCHEDULE	8
OPEN CALL FOR SPEAKERS AND PERFORMANCES	9
REFERENCES FOR INTERNATIONAL PERFORMANCES	9
AREA	10
PRODUCTION SCHEDULE (5 MONTHS)	11
BUDGET AND FUNDING PLAN	12
ACCAC GRANT	13
TRAVEL GRANT*	13
OPEN CALL PARTICIPANTS	13
CONTRACT BETWEEN ACCAC AND THE HOST	14



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

Accessible Art and Culture Assosiation

Kirsi Mustalahti, Chair | Tel. +358 45 855 7115 | kirsi.mustalahti@accac.fi | www.accac.fi

What is ACCAC (Accessible Arts and Culture)

Accessible Arts and Culture (ACCAC) promotes the use of art and cultural participation to enhance wellbeing and focuses on improving the inclusion of people with disabilities in arts and culture.

ACCAC WORKS...

- To improve the accessibility of culture
- To disseminate information
- To develop international cooperation
- To offer a new platform for artists and applied art
- To increase cooperation between the non-disabled and the disabled
- To promote the exchange of international art and training

ACCAC Festival & Congress

"An international festival and congress that highlights new thinking and creative operating models in arts and culture, with disability access and cultural diversity as its focus"



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

ACCAC is part of a growing, international arts and culture movement that presents disability in a new and surprising light.

The event includes a festival where participants can enjoy cutting-edge arts and cultural offerings, including work by professional artists with disabilities, integrated companies, and community groups that use arts-based methods for people with disabilities to explore their creativity.

The participants will learn best practices for providing disability accommodations at arts and culture events from experienced professionals. It brings together artists, athletes, teachers, administrators, and event planners to network, experiment with new ideas in practice, and exchange information about different areas of accessibility.

Partners of ACCAC 2016



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE



Opetus- ja kulttuuriministeriö
Undervisnings- och kulturministeriet Ministry of Education and Culture



Manethon Foundation
for Children's Theater



وزارة الشباب والرياضة
MINISTRY OF YOUTH AND SPORTS



HOOK
FINLAND



TAMPERE



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

Accessible Art and Culture Assosiation

Kirsi Mustalahti, Chair | Tel. +358 45 855 7115 | kirsi.mustalahti@accac.fi | www.accac.fi

ACCAC licence

ACCAC Festival & Congress is a licence-based festival and congress. The concept and key elements of the festival and congress are owned by Accessible Arts and Culture Association.

With the ACCAC Festival & Congress -licence the Host in collaboration with ACCAC will produce the event in facilities that ACCAC approves to be in line with the concept.

Host for ACCAC 2016

ACCAC 2016 "Connected by Culture" in Cairo Egypt will be hosted by Ministry of Youth and Sport of Egypt in collaboration with Manethon Foundation for Children's Theater and the City of Cairo.

ACCAC 2016 CAIRO, EGYPT

CONNECTED BY CULTURE
APRIL 14-16

CAIRO OPERA HOUSE
AL GAZIRA PARK, CAIRO



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

Accessible Art and Culture Assosiation

Kirsi Mustalahti, Chair | Tel. +358 45 855 7115 | kirsi.mustalahti@accac.fi | www.accac.fi



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

Accessible Art and Culture Assosiation

Kirsi Mustalahti, Chair | Tel. +358 45 855 7115 | kirsi.mustalahti@accac.fi | www.accac.fi

ACCAC 2016 (CAIRO, EGYPT) PRELIMINARY PROGRAM (3 DAY EVENT)

DATE & TIME	TITLE	HOST	VENUE
THU 14/4			
13:00	SEMINAR OPENING		
	Opening	TBA	Congress venue 3
13:15	KEYNOTE: Cultural center for the community & Accessible Europe Network	ACCAC GRANT: Ivo Peters (Belgium)	Congress venue 3
13:45	OPEN CALL SPEAKER	GRANT	Congress venue 3
14:15	OPEN CALL SPEAKER	GRANT	Congress venue 3
14:45	BREAK		Congress venue 1
15:00	SEMINAR CONTINUES		AL GAZIRA
15:20	KEYNOTE: Able movement	ACCAC GRANT: Carrie Sandahl (USA)	Congress venue 3
15:40	Accessible City	TBA	Congress venue 3
16:00	OPEN CALL SPEAKER	GRANT	Congress venue 3
16:20	OPEN CALL SPEAKER	GRANT	Congress venue 3
16:45	BREAK		Congress venue 1
17:00	SEMINAR CONTINUES (MULTIPLE ROOMS)		AL GAZIRA
	Group discussions, round tables	ACCAC GRANTS	Congress venue 2
18:00	SEMINAR DAY OVER		
19:00	NETWORKING EVENT		OPERA HOUSE
19:30	PERFORMANCE:	GRANT	Small theater
20:30	PERFORMANCE:	ACCAC GRANT	Small theater
22:00	NETWORKING EVENT		TBA
FRI 15/4			
9:00	VOLUNTARY BREAKFAST		AL GAZIRA
10:00	SEMINAR OPENING		AL GAZIRA
	Equal right for children to experience culture	Assitej International	Congress venue 3
	Equal right for children to express through art	ACCAC GRANT: Pilvi Kuitu, TEIJO (Finland)	Congress venue 3
	TBA	GRANT	Congress venue 3
12:00-18:00	OUTDOOR ACTIVITIES DAY 1		AL GAZIRA
	Opening of ACCAC 2016	PRESIDENT, Ministry of Sports and Youth	Main stage
	Performances, music, workshops		Festival area
12:00	LUNCH		Congress venue 1
13:00	SEMINAR CONTINUES		AL GAZIRA
	Equal right for disabled to experience culture	ACCAC GRANT	Congress venue 3
	Equal right for disabled to express through art	GRANT	Congress venue 3
	TBA	GRANT	Congress venue 3
14:45	BREAK		Congress venue 1
15:00	SEMINAR CONTINUES		AL GAZIRA
	Panel discussion	ACCAC GRANT	
16:45	BREAK		
17:00	SEMINAR CONTINUES		AL GAZIRA
	Explanation how pitch works	TBA	Congress venue 2
17:10	Pitch presentation 1 + comments	OPEN CALL	Congress venue 2
17:20	Pitch presentation 2 + comments	OPEN CALL	Congress venue 2
17:30	Pitch presentation 3 + comments	OPEN CALL	Congress venue 2
17:40	Pitch presentation 4 + comments	OPEN CALL	Congress venue 2
17:50	Pitch presentation 5 + comments	OPEN CALL	Congress venue 2
18:00	SEMINAR DAY OVER		AL GAZIRA
	DINNER AND NETWORKING		TBA
19:00	PERFORMANCE:	ACCAC GRANT	OPERA HOUSE
20:00	PERFORMANCE:	GRANT	Small theater
21:00	PERFORMANCE:	GRANT	Small theater
SAT 16/4			
12:00-18:00	OUTDOOR ACTIVITIES DAY 2		AL GAZIRA
	Performances, music, workshops		Main stage
			Festival area
	VISITS:	TBA	TBA
	WORKSHOPS:	ACCAC GRANTS/GRANTS	TBA
18:00	MAIN GALA		OPERA HOUSE
21:00	SEMINAR CLOSING/NETWORKING		TBA

TBA = To Be Announced

ACCAC 2016 (CAIRO, EGYPT) PRELIMINARY PERFORMANCE SCHEDULE (3 DAY EVENT)

DATE & TIME	AL GAZIRA							OPERA HOUSE							
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	
THU 14/4															
7:00	BUILD UP							BUILD UP	WED 13/4 BUILD UP	BUILD UP					
8:00															
9:00															
10:00															
11:00															
12:00															
13:00															
14:00															
15:00															
16:00															
17:00															
18:00															
19:00															
20:00															
21:00															
22:00															
23:00															
0:00															
FRI 15/4															
7:00								BUILD UP	CHANGE						
8:00															
9:00															
10:00															
11:00															
12:00		2	1	1	1										
13:00	3	CHANGE													
14:00	CHANGE	1													
15:00	1	CHANGE													
16:00	CHANGE	1													
17:00	3														
18:00	CHANGE														
19:00										1					
20:00											1				
21:00										1					
22:00										TAKE DOWN					
23:00															
0:00															
SAT 16/4															
7:00															
8:00															
9:00															
10:00															
11:00															
12:00		2	1	1											
13:00	2	CHANGE													
14:00	CHANGE	1													
15:00	1	CHANGE													
16:00	CHANGE	1													
17:00	3														
18:00	TAKE DOWN							5							
19:00								TAKE DOWN							
20:00															
21:00															
22:00															
23:00															
0:00															

TOTAL PERFORMANCES

36

Open Call for speakers and performances

Part of the speakers and performances are to be put on international Open Call to embrace the program and cultural diversity. The Open Call will be announced through ACCAC newsletter with over 10,000 recipients and their networks.

References for international performances

Dance of thousand hands, China

<https://www.youtube.com/watch?v=AjSD1dLTPUk>

Jennifer Bricker, USA

<https://www.youtube.com/watch?v=CPdmXsQMmBc>

Wally Watthead, Finland

<https://www.youtube.com/watch?v=LLPRVDhFTKo>

Light Sound Friends Company, Korea

<https://www.youtube.com/watch?v=WnA9ol1-7N0>

<https://www.youtube.com/watch?v=Lscq9Cwm2Mw>

Victoria Modesta, UK

<http://www.viktoriamodesta.com/>

Seok Chang-Woo, Korea

<https://www.facebook.com/Changwooseok/videos/vb.100001042474938/688225301222213/?type=2&theater>

Bill & Bobby, UK

<http://stopgapdance.com/>

AXIS DANCE COMPANY, USA

<http://www.axisdance.org/>

Signmark, Finland

https://www.youtube.com/watch?v=gfNoMJ1GYzM&list=PLIZ_4zrCujKUL5VGgxUdNF5bJpYptjdM7

Seungwon Choi, Korea

https://www.youtube.com/watch?v=S_Brc5lfh9E

Kukunor ja Unikuu, Finland

https://www.youtube.com/watch?v=RWPNOGLLm_Q



Area

ACCAC 2016 is planned to be held in the island of Zamalek in Cairo, Egypt.

Preliminary design on venues and area functionality.



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

Accessible Art and Culture Association

Kirsi Mustalahti, Chair | Tel. +358 45 855 7115 | kirsi.mustalahti@accac.fi | www.accac.fi

Production schedule (5 months)

December 2015

Visit and finishing contract of productions
Committee meeting
Final contract wk 51
First announcement (save the date and open call) wk 52
First payments
Opening the website

Travelling

4 d, Cairo, Egypt
- Kirsi Mustalahti
- Sasu Paakkunainen

January 2016

Research and accessibility plan
Seminar and meeting with associations, unions and projects dealing with accessibility in Egypt
Committee meeting
Open call for performers and speakers (open until February 15th)
Contacting sponsors

Travelling

2 wk, Cairo, Egypt
- Kirsi Mustalahti

February 2016

Fixing Festival & Congress schedule
Accessibility execution
Committee meeting
Open call closed 15th
Announcement for selected speakers and performers

Travelling

10 d, Cairo, Egypt
- Kirsi Mustalahti
- Sasu Paakkunainen

March 2016

Getting ready for ACCAC 2016 Festival & Congress
Accessibility check
Committee meeting

Travelling

10 d, Cairo, Egypt
- Kirsi Mustalahti
- Sasu Paakkunainen

April 2016

Committee meeting
Volunteer and staff training
ACCAC 2016 Festival & Congress
Closing of ACCAC 2016
Feedback and future plans

Travelling

3 wk, Cairo, Egypt
4 d, Alexandria, Egypt
- Kirsi Mustalahti
- Sasu Paakkunainen



ACCESSIBLE ARTS
AND CULTURE

d = days
wk = weeks

BUDGET AND FUNDING PLAN

ACCAC 2016, Cairo, Egypt

EGP > EUR	EUR > EGP
1 0,116	1 8,5

			EUR	EGP
LICENSE FEE			€15 000,00	£127 500,00
of the ACCAC festival & congress -concept				
ACCAC OVERHEAD EXPENSES (5 MONTHS, DEC 2015-APR 2016)				
Staff	Fee	Pcs		
General manager, Ms. Kirsi Mustalahti			€15 000,00	
- interpreter during production			HOST COUNTRY	
Manager, Mr. Sasu Paakkunainen			€15 000,00	
Assistant manager			€2 500,00	
On-site venue manager		2	€2 000,00	
Congress host			€1 000,00	
Volunteers			HOST COUNTRY	
Employment fees: tax, insurance etc.	45 %		€15 975,00	
Travel (staff)	500 €	9	€4 500,00	
Accommodation (staff)			HOST COUNTRY	
		Staff total	€55 975,00	£475 787,50
Venue expenses			HOST COUNTRY	
Cairo Opera House and staff			HOST COUNTRY	
Al Gazira Park and staff			HOST COUNTRY	
Technical additions (tents, audio, video, etc.)			HOST COUNTRY	
Structural modifications for accessibility (notes attached)			HOST COUNTRY	
Accessibility training			HOST COUNTRY	
Accessible shuttle bus around the area			HOST COUNTRY	
		Venue expenses total	€0,00	£0,00
Congress expenses				
Meals			HOST COUNTRY	
Congress services TAVICON			€4 500,00	
Invited keynote speakers	€500,00	6	€3 000,00	
Invited performances			€15 000,00	
Interpretation (sign language, arabic, english)			HOST COUNTRY	
Advanced interpretation devices			€1 000,00	
Travel and accommodation (speakers and performance crews)			HOST COUNTRY	
		Congress expenses total	€23 500,00	£199 750,00
Marketing and promotion				
Marketing, Egypt (including governmental level)			HOST COUNTRY	
Marketing, International			€10 000,00	
Graphic and web design			€3 000,00	
Giveaways + program + guides + passes + other prints			HOST COUNTRY	
		Marketing and promotion total	€13 000,00	£110 500,00
Festival expenses				
Interpretation (sign language, arabic, english)			HOST COUNTRY	
Artist right fees			HOST COUNTRY	
Festival performances			HOST COUNTRY	
Travel and accommodation (performance crews)			HOST COUNTRY	
		Festival expenses total	€0,00	£0,00
Other expenses				
Translation of materials (english, arabic)			€2 000,00	
Video and documentation			€6 000,00	
All possible permits needed for ACCAC festival & congress			HOST COUNTRY	
		Other expenses total	€8 000,00	£68 000,00
		TOTALLING	€115 475,00	£981 537,50
INCOME				
Egypt government funding for ACCAC overhead expenses			€60 000,00	£510 000,00
Egypt government funding for host country expenses			HOST COUNTRY	
Finland, Ministry of Education and Culture			€20 000,00	£170 000,00
Sponsorships/Collaborations by ACCAC			€20 000,00	£170 000,00
Other Sponsorships/Collaborations			HOST COUNTRY	
Congress income	€100,00	200	€20 000,00	£170 000,00
Fair fees			HOST COUNTRY	
Ticket income			HOST COUNTRY	
		TOTALLING	€120 000,00	£1 020 000,00
		DIFFERENCE	€4 525,00	£38 462,50

ACCAC grant

For the ACCAC grant -participant ACCAC 2016 Festival & Congress offers:

- Performer/Speaker fee
- Travel and accommodation
- Meals
- Full pass to ACCAC 2016 Festival & Congress

Travel grant*

For the Travel grant -participant ACCAC 2016 Festival & Congress offers:

- Travel and accommodation
- Meals
- Full pass to ACCAC 2016 Festival & Congress

Open call participants

For the Open Call -participant from ACCAC 2016 Festival & Congress offers:

- Accommodation
- Meals
- Full pass to ACCAC 2016 Festival & Congress

*To ensure an international standard program, with limited time-frame, extra travel grants are needed since international groups might not have enough time to get mobility funding from the sending country.

Please refer to the budget.

Contract between ACCAC and the Host

The contract will be made after the content, budget and schedule of the festival is approved by both parties.

Notes about accessibility**The development of the urban environment that is needed**

- flattening of the sidewalks (while crossing the street near Al Gazira and Cairo Opera House)
- pavement of the sidewalks around the Al Gazira Park

Accessible transportation

- accessible shuttle bus – online route between hotels, Al Gazira and Opera House
- transportation between Cairo Airport and hotels

Accommodation / Accessible rooms needed**Al Gazira Center Hotel**

- no access to hotel by wheelchair
- no access to garden by wheelchair
- hotel elevator (door and space)
- ramps needed in public spaces (entrance to toilet)
- one bed needs to be removed from 4 person rooms
- armrests needed in toilets

Festival Hotel for the congress participants

- accessible rooms needed
- ramps needed
- doorstep ramps

Advanced interpreter devices

- congress translations
- interpreting of the speeches and concerts
- services in sign language (info points)

Induction loops for the hearing impaired

- in congress venues also for the presenters
- induction loops for the service desks
- induction loop at the main stage in Al Gazira (Bellman Audio Domino Pro, sponsorship?)

Programs in various sizes and languages (English, Arabic, Sign Language)

More specific research about accessibility will be done on January 2016 with the local professionals.



Accessible Arts and Culture?

Global network of professionals aiming to make the world more accessible for everyone.

© 2015-2016 ACCAC International



What is Accessible Arts and Culture?

It is part of a growing international arts and culture movement that presents disability in a new and surprising light.

© 2015-2016 ACCAC International



We aim...

TO improve the accessibility
of culture

TO increase cooperation
between the non-disabled and
the disabled

TO develop international
cooperation

TO promote the exchange of
international art and training

TO offer a new platform for
artists, applied art and sports

TO disseminate information

© 2015-2016 ACCAC International



We do...

Accessibility research

International events

Workshops & training

Promote artists, athletes
and exchange

Practical changes for
accessibility

© 2015-2016 ACCAC International



ACCAC around the world

These matters are starting to raise interest in all parts of the world, especially in developing countries

© 2015-2016 ACCAC International



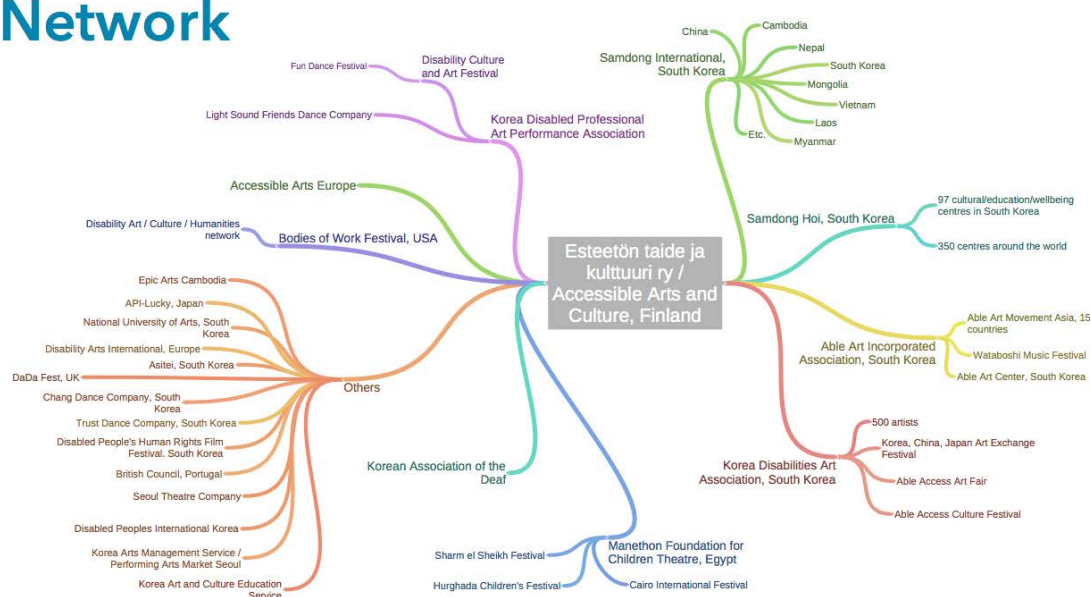
ACCAC around the world

We want to reach destinations where support is low or doesn't exist

© 2015-2016 ACCAC International

coggle

Network



© 2015-2016 ACCAC International



Accessible Arts and Culture Festival & Congress

License-based event body representing the diversity of culture, arts and sports

© 2015-2016 ACCAC International



Accessible Arts and Culture Festival & Congress

Together with a local co-producer and organizations, we achieve a coherent culturally diverse program

© 2015-2016 ACCAC International



The License

Accessibility research

Professional congress

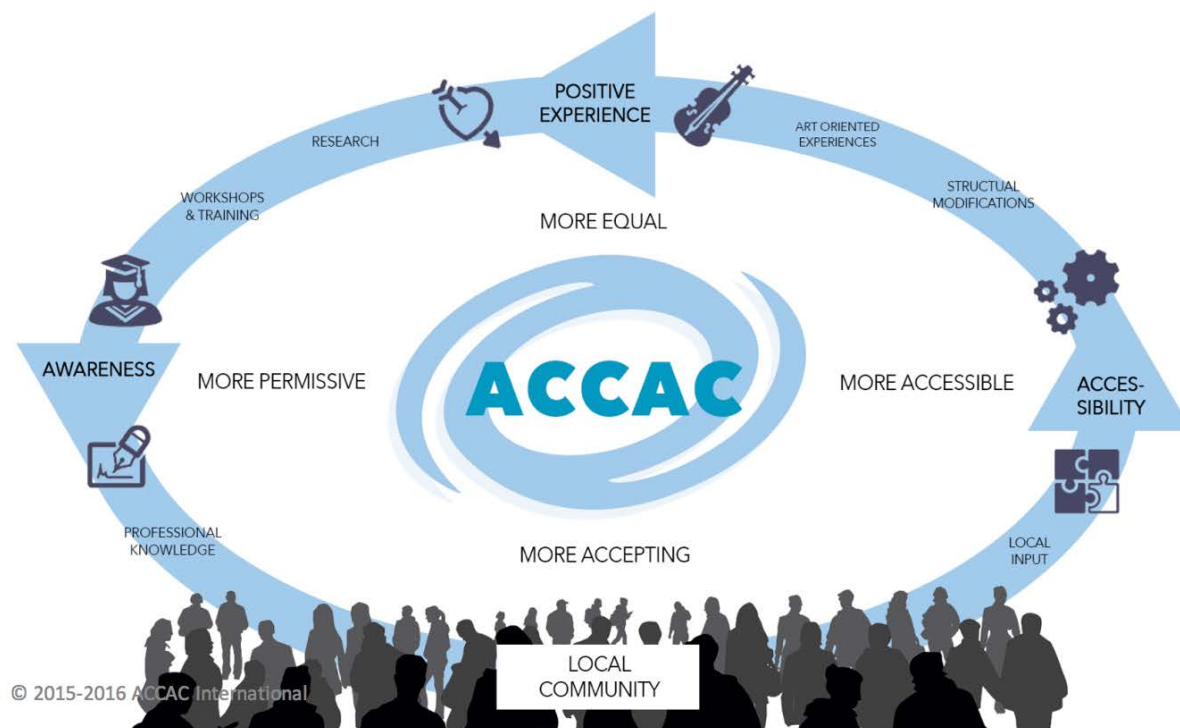
Accessibility plan

Main program of artists
and speakers

Accessibility realization

Culture fair

© 2015-2016 ACCAC International



Accessible Arts and Culture Festival & Congress

The event is known for its open and positive attitude with contributions to the cultural field, event policies and best practices



Contact us

Accessible Arts and Culture International

Mrs. Kirsi Mustalahti

General manager

email. kirsi.mustalahti@accac.fi

tel. +358 45 8557115

Mr. Sasu Paakkunainen

Operations Manager

email. sasu.paakkunainen@accac.fi

tel. +358 50 3386231

www.accac-international.com



Supported by

Ministry of Education
and Culture

Suomi
Finland
100

Haastattelukysymykset

Kerro lyhyesti kuka olet ja mitä teet.

Valitsin Sinut haastateltavaksi, koska edustamasi tapahtuma on toteutettu

Suomen ulkopuolella, käsitykseni mukaan samalla nimellä ja konseptilla.

Tapahtumavienti

Mistä ajatus viedä tapahtuma Suomen ulkopuolelle?

Miksi koet tärkeäksi viedä tapahtuman Suomen ulkopuolelle?

Kuvaile lyhyesti tapahtuman tilannetta ennen päätöstä viedä tapahtuma.

Kun päätös (viedä tapahtuma) tehtiin, oliko kumppani jo tiedossa vai lähdettiinkö kumppania etsimään vasta päätöksen jälkeen?

Tapahtuman konsepti

Onko teillä kirjallinen konsepti?

Jos on, voitko toimittaa minulle tutkimusmateriaaliksi

Milloin hyvä aika miettiä tapahtuman vientiä, tapahtuman tilanne?

Konseptointi

Mitä osia?

Hinnoittelu ja paketointi?

Konseption suojaus?

Kylkiäiset

Onko teille tärkeää viedä suomalaista osaamista ulkomaille tapahtuman yhteydessä
esim. Suomalaiset innovaatiot

Jos niin mitä?

Markkinatutkimus

Teettekö, ja millä laajuudella?

Tapahtuman tuottaminen ulkomaille

Mistä löytyy paikallinen kumppani?

Kumppani-/sponsorihankinnan järjestäminen

Millaisia sopimuksia, kesto?

Osallistumismaksu + tuotantokulut?

Aineellinen kumppanuus yleisempää?

Onko tapahtumalla muuta rahoitusta?

Miten paikallinen tuotanto on ulkomailla järjestetty?

Miten laadunvalvonta on järjestetty?

Ketjuttaminen

Ovatko tuttuja: lisensointi, franchise ja yhden yrittäjän malli?

Oletko kuullut muista suomalaisista tapahtumavieajista?